

Affärsplan

2026–2028



Innehåll

Inledning.....	4
Omvärldsanalys.....	6
Trender i samhället	7
Vår marknad	9
Resebehov på marknaden	14
Drivkrafter för ökat resande	15
Påverkansfaktorer på kort sikt	17
Nulägesanalys (SWOT)	18
Uppdrag, mål & styrtal	20
Fokusområden för leverans & utveckling	24
Innovation	25
Kundnöjdhet	26
Kundfokus för ökat resande	27
Trygghet och punktlighet	28
Samverkan	29



Inledning

I en tid där hållbarhet, innovation och samhällsansvar är avgörande för framtidens transportlösningar, spelar Östgötatrafiken en central roll i att forma en kollektivtrafik som möter både dagens och morgondagens behov. Vår vision – ”Tillsammans driver vi utvecklingen mot en hållbar framtid” – är mer än bara en ambition. Det är en tydlig riktning som styr varje beslut, varje resa och varje möte vi har med våra kunder, samarbetspartners och medarbetare.

Vi verkar i en värld som ständigt förändras, där nya tekniska lösningar, förändrade resvanor och globala hållbarhetsmål skapar både utmaningar och möjligheter. Genom att erbjuda pålitliga, enkla och effektiva resor gör vi det möjligt för fler människor att välja kollektivtrafiken framför bilen – en nyckelfaktor för att minska klimatpåverkan och skapa mer levande och hållbara städer.

Vår verksamhet vilar på tre grundpelare: miljömässig, social och ekonomisk hållbarhet. Miljömässigt arbetar vi för att minimera transportsektorns klimatpåverkan genom fossilfria drivmedel, elektrifiering och energieffektivisering. Socialt strävar vi efter att göra kollektivtrafiken tillgänglig för alla, oavsett bakgrund, kön, ålder eller funktionsförmåga. Genom att skapa trygga och bekväma resor stärker vi livskvaliteten i hela regionen. Ekonomiskt fokuserar vi på att använda våra resurser effektivt och ansvarsfullt för att säkerställa en långsiktigt hållbar kollektivtrafik med största möjliga samhällsnytta.

Kollektivtrafikens koppling till de globala målen

Regionalt trafikförsörjningsprogram för Östergötland → 2040



Östgötatrafiken är mer än en mobilitetsleverantör – vi är en drivande kraft i utvecklingen av samhället. Genom innovation och samverkan med kunder, leverantörer, kommuner och näringsliv arbetar vi aktivt för att kollektivtrafiken ska vara det självklara valet. Vi tänker nytt, testar nya tekniska lösningar och ser digitalisering som ett verktyg för att göra resor smidigare, mer tillgängliga och mer anpassade efter människors vardag.

Vi står också inför en rad utmaningar. Klimatförändringar, förändrade mobilitetsmönster och teknologisk utveckling kräver att vi fortsätter att utvecklas och anpassa oss. Pandemin har förändrat människors resvanor, och ökat distansarbete kan påverka kollektivtrafikens roll i samhället. Samtidigt ser vi att behovet av hållbara transportlösningar är större än någonsin för att minska utsläppen, bidra till hållbara och attraktiva städer och för att skapa ett mer jämlikt och inkluderande samhälle. Genom denna affärsplan tydliggör vi vår väg framåt. Vi sätter fokus på kundupplevelsen, stärker vårt hållbarhetsarbete och skapar en kollektivtrafik som är både ekonomiskt och socialt bärkraftig. Vi vet att framtiden kräver mer än att bara följa utvecklingen – vi måste vara en del av den och aktivt driva den framåt.

Tillsammans med våra medarbetare, kunder och samarbetspartners ser vi till att kollektivtrafiken i Östergötland inte bara är en del av framtiden – vi är med och skapar den.

Välkommen att resa med oss mot en hållbar framtid!

Omvärldsanalys

Trender, händelser och processer i omvärlden påverkar marknaden och därmed vår verksamhet. Östergötland är en växande region med behov av effektiva och hållbara transportlösningar, där kollektivtrafiken spelar en viktig och långsiktig roll för samhällsutvecklingen.



Trender i samhället

I det regionala trafikförsörjningsprogrammet för Östergötland 2040 beskrivs trender i samhället som påverkar östgötarna och resandet i länet. Det handlar både om stora globala trender som övergripande påverkar samhällsutvecklingen, så kallade megatrender, samt samhällsfaktorer som påverkar utvecklingen av kollektivtrafiken och persontransporter mer direkt.

Megatrenderna som påverkar Östergötland och resandet de kommande decennierna inkluderar klimatförändringar, globalisering, urbanisering, digitalisering, individualisering, geopolitik och säkerhet.

- Klimatförändringar innebär stora utmaningar för transportsektorn på grund av växthusgasutsläpp.
- Globaliseringen gör Sverige beroende av internationell handel och goda transportmöjligheter.
- Urbanisering leder till att fler människor bosätter sig i städer och större tätorter.
- Digitalisering skapar nya mönster för inköp, arbetsliv och social samvaro.
- Individualisering innebär att människor efterfrågar valbara, snabba och enkla tjänster.
- Geopolitik och säkerhet ställer högre krav på säkerhet inom kollektivtrafiken.

I det regionala trafikförsörjningsprogrammet för Östergötland 2040 har megatrender och trender inom transportområdet kanaliserats till en beskrivning av de möjligheter och utmaningar som finns i samhället utifrån ett kollektivtrafikperspektiv. Det handlar om faktorer som klimat och miljö, befolkningstillväxt, trender i resandet kollektivt och med bil, bilar i samhället, andelen med körkort samt innovation och drivmedel. Dessa är nära kopplade till megatrenderna och hur de påverkar utvecklingen av kollektivtrafik och persontransporter nationellt och regionalt. Här följer en sammanfattning av dessa faktorer.



Klimat och miljö

Klimatpåverkan är en av de största miljöutmaningarna, där vägtrafiken står för cirka 30 procent av Sveriges klimatpåverkande utsläpp. Regionala mål inkluderar att Östergötland ska vara klimatneutralt till 2045 och att utsläppen från transporter ska minska med 70 procent till 2030 i länet. Kollektivtrafiken är en lösning för att minska klimatpåverkan, buller och trängsel i städerna. Ökad kollektivtrafik kan förbättra stadsmiljön genom färre fordon, minskad trängsel och minskat parkeringsbehov, vilket ger mer plats för gående och cyklister och skapar en attraktiv stadsmiljö med platser där människor möts och trivs. För att uppnå ett hållbart transportsystem krävs nya resvanor och en trend mot att prioritera hälsa och ekologisk konsumtion.



Befolkningstillväxt och urbanisering

Enligt SCB:s befolkningsprognos förväntas Sveriges befolkning öka till tolv miljoner år 2040, med största ökningen i storstadsregionerna. Östergötland förväntas öka till 506 000 invånare år 2040, med den största ökningen i Linköping och Norrköping. Urbaniseringen innebär att fler människor bosätter sig i städer och större tätorter, vilket leder till ökad efterfrågan på kollektivtrafik och infrastruktur.



Trender i resandet

Enligt den senaste nationella resvaneundersökningen ökade antalet resor generellt med drygt två procent från 2023 till 2024. Kollektivtrafiken är det färdssätt som har haft den starkaste återhämtningen efter pandemiåren 2020–2022. Ökat hemarbete kan leda till längre avstånd mellan bostadsort och arbetsplats, vilket ökar reslängden. Fritidsresor förväntas fortsätta öka, särskilt bland äldre personer som blir alltmer friska och aktiva.



Förändring av bilresandet

För att begränsa ökningen av biltrafiken krävs kraftfulla styrmedel och åtgärder som ökar konkurrenskraften för mer hållbara transportmedel. Faktorer som förbättrad framkomlighet för kollektivtrafiken, trängselskatt, begränsad tillgång till parkering, högre parkeringsavgifter och ökat bränslepris kan bidra till minskad bilanvändning.



Bilägande

2022 var första året på tre decennier med färre antal registrerade bilar i trafik i Sverige. Urbaniseringen och nettoinflyttningen till de största städerna har bidragit till att biltätheten planat ut. Intresset för delningsekonomi har ökat, vilket innebär minskad resursåtgång och effektivare kapacitetsutnyttjande genom att dela fordon och resor.



Körkort

Attityderna till att ta körkort och äga bil har förändrats, med många unga som väljer att ta körkort senare i livet eller avstå helt. Andelen unga (18–24 år) med körkort har sjunkit från cirka 73 procent år 1980 till 64 procent år 2023. Samtidigt har andelen äldre med körkort ökat.



Innovation och drivmedel

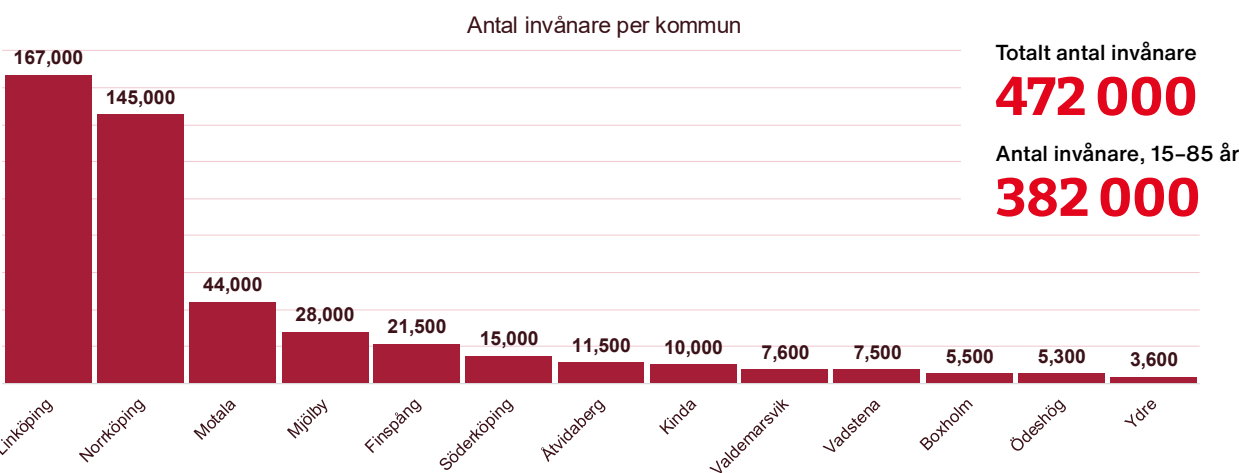
Teknikutvecklingen inom transportsektorn inkluderar fossilfria drivmedel, elektrifierade fordon och autonoma fordon. Sverige har satsat på biogas som fordonsbränsle och utvecklingen av eldrivna bussar har ökat snabbt. Projekt med vätagasdrift och förarlösa fordon pågår också.

Vår marknad

Hela marknaden

Östergötland är med sina drygt 472 000 invånare Sveriges fjärde största län. I länets 13 kommuner varierar invånarantalet i storlek, från 3 600 till 167 000 personer per kommun. De senaste åren har befolkningen i Östergötland vuxit stadigt. År 2024 mattades tillväxten av. Enligt SCB:s prognos fram till 2040 kommer Östergötlands befolkning fortsätta att växa. Enligt prognosen beräknas befolkningsökningen ske i de större städerna i länet, med Linköping som primär drivare. I Östergötland är sysselsättningsgraden cirka 69 procent och ungefär 80 procent av befolkningen i arbetsför ålder har ett förvärvsarbete som huvudsaklig inkomstkälla.

Antal invånare i regioner och kommuner



Antal invånare i olika geografier

Indelning i stads- och landsbygdsområden med hjälp av indikatorer som bland annat befolkning, arbetskraft, pendling, näringsgrenar, bebyggelse och markanvändning.

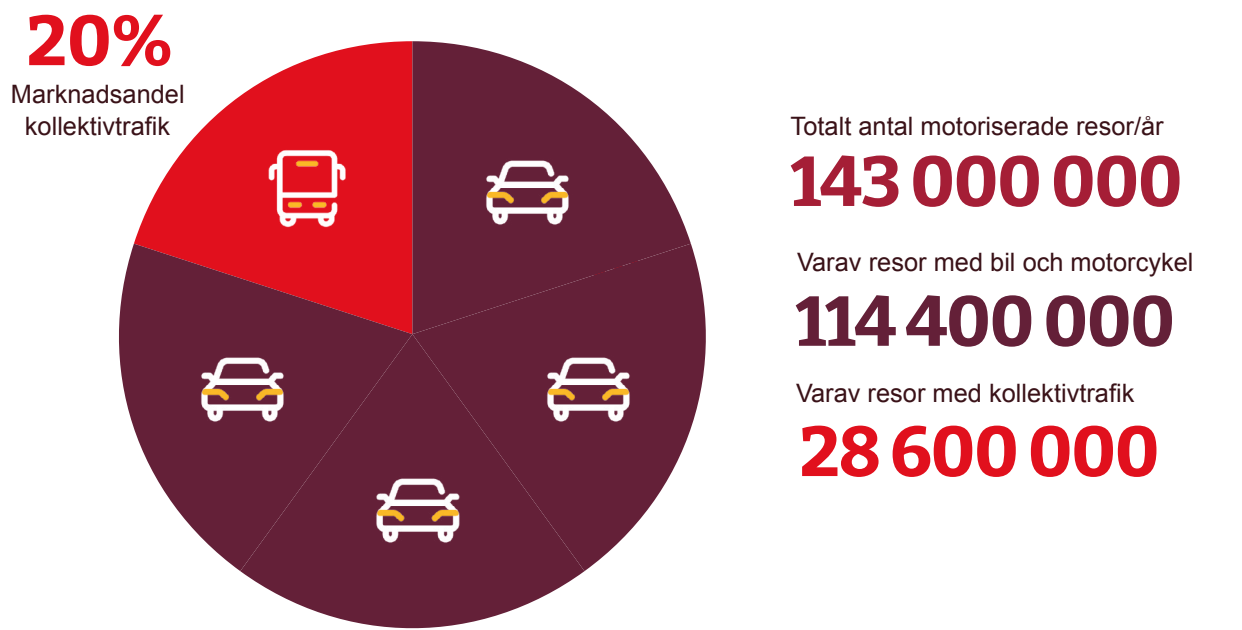


60 procent av regionens invånare bor i inre eller yttre stadsområden, vilket ytmässigt står för cirka 3–4 procent av Östergötlands yta.

Marknadsandel – motoriserat resande

Enligt den senaste resvaneundersökningen har antalet motoriserade resor i länet (bil, motorcykel, kollektivtrafik) varit relativt oförändrade under de senaste två åren, medan de totala antalet resor har ökat. Detta kan förklaras genom att kollektivtrafiken som huvudsakligt färdmedel minskade från 16 procent 2023 till 14 procent 2024 samtidigt som gång som huvudsakligt färdmedel ökade från 6 till 11 procent under samma period. Dessutom har antalet resor med bil-som-förare som huvudsakligt färdmedel minskat mellan 2023 och 2024, från 55 till 50 procent.

På en stagnerande marknad för motoriserat resande har Östgötatrafiken bibehållit sin marknadsandel om 20 procent. Vid en nationell jämförelse är detta ett styrkebesked då samtliga regioner utom Östergötland har minskat sina marknadsandelar.



Marknadsandel – geografi

Kollektivtrafikens styrka är att tillhandahålla hållbara resor där behovet är som störst och där kollektivtrafiken erbjuder ett för samhället kostnadseffektivt alternativ till bilen. Efterfrågan på resor och möjligheten att attrahera stora grupper av resenärer styr var marknadsandelarna är störst. 44 procent av alla resor är korta, med sträckor på 1–5 kilometer. Innerstad, yttre stadsområden, och stadsnära områden står för cirka 70 procent av alla resor som görs med kollektivtrafiken. Läger man där till arbets- och studiependling mellan städer/tätorter ökar andelen till nästan 85 procent.

Kollektivtrafikens marknadsandel per kommun och område

	Linköping	Norrköping	Motala	Finspång	Mjölby	Söderköping	Åtvidaberg	Kinda	Valdemarsvik	Vadstena	Boxholm	Ödeshög	Ydre	Regionen
Inre stadsområden	26%	18%	8%	*	15%	*	*	*	*	*	*	*	*	20%
Yttre stadsområden	17%	13%	12%	17%	16%	*	*	*	*	*	*	*	*	15%
Stadsnära områden	17%	11%	8%	8%	15%	11%	*	*	*	*	*	*	*	14%
Mellanbygder	12%	10%	15%	3%	5%	7%	10%	20%	*	10%	7%	9%	22%	10%
Täta områden på landsbygder	*	20%	*	*	*	*	14%	12%	*	12%	*	*	*	16%
Landsbygder	*	*	*	*	*	*	*	7%	12%	*	*	11%	12%	11%
Glesa landsbygder	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	29%	9%

* För få svar eller områdestypen saknas i kommunen



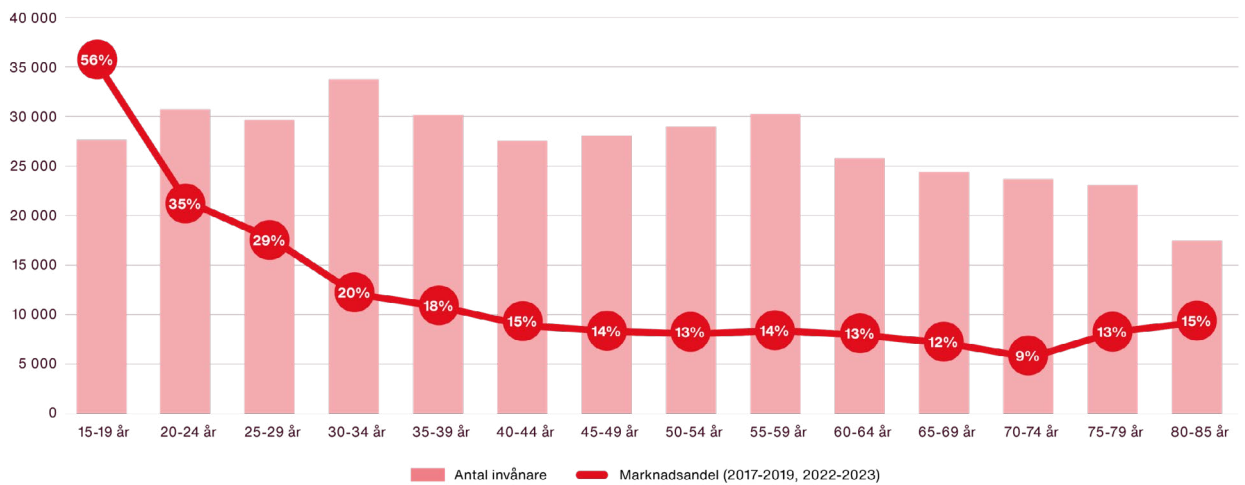
Marknadsandel – segment

Marknadssegmentering innebär att man delar upp marknaden i mindre delar, segment, efter olika variabler såsom demografi, geografi, värderingar, attityder eller beteende. Att dela upp marknaden i flera segment har till syfte att skapa mer relevanta insatser utifrån de olika segmentens behov och därigenom uppnå större kostnadseffektivitet.

Statistik visar ett samband med ålder, där äldre oftare är bilister och yngre i större utsträckning är växlare eller kollektivtrafikresenärer. Ungdomar i åldern upp till 18 år är i högre grad förpassade till kollektivtrafiken. Med ökande ålder tar allt fler körkort, får egna inkomster och bilen blir ett alltmer tillgängligt och attraktivt alternativ.

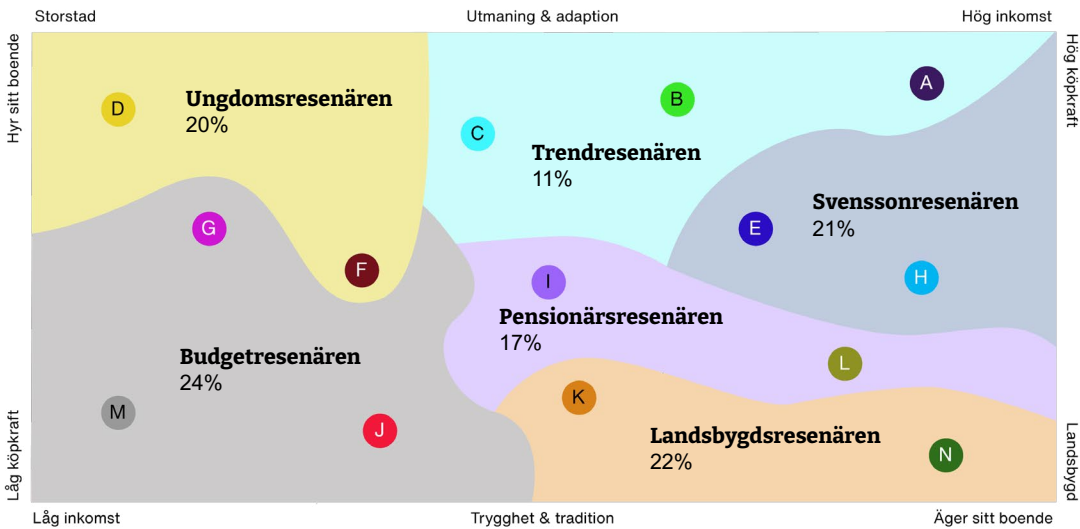
Marknaden kan även indelas i segment utifrån livsstil och andra faktorer som är viktiga för att särskilja resande och köpbeteenden, bland annat typ av boende, köpkraft, stad och landsbygd. Bilden nedan visar hur stor andel av invånarna i regionen som tillhör vilken kategori. När vår marknad delas in i olika segment är utgångspunkten de olika aspekter som är viktiga för kollektivtrafiken, exempelvis tillgång till kollektivtrafik, ålder, värderingar, livsstil eller priskänslighet. Bilden visar en segmentering av östgötarna baserad på dessa kriterier och hur många som befinner sig i respektive segment. De olika segmenten har olika benägenhet att välja kollektivtrafik och är mottagliga för olika argument. Marknadsandelen skiftar beroende på kategori.

Åldersfördelning och marknadsandel i 5-årsintervall



Segmentering utifrån viktiga faktorer för kollektivtrafiken

Med andel av totalmarknaden i Östergötland



Marknadsandel – färd sätt

Ett annat sätt att segmentera marknaden är att utgå ifrån färd sätt. Bilen är det vanligaste färd sättet med en marknadsandel på 56 procent av alla resor och utgjorde 80 procent av de motoriserade resorna under 2024. De som klassas som bilister återfinns i hög grad bland förvärvsarbetande/egen företagare och pensionärer. Här är också andelen män något högre än andelen kvinnor, medan kvinnor oftare klassas som växlare.

Användningen av kollektivtrafik som huvudsakligt färdmedel sker i högst grad för att ta sig till arbete eller studier. En majoritet av alla resor där cykel är huvudsakligt färdmedel är också till arbete eller studier. En av fem använder kollektivtrafiken som huvudsakligt färdmedel för fritidsresor, nöjesresor eller för att besöka vänner och familj.

2024	Alla		Män		Kvinnor	
Bilist	4 816	51 %	2 607	55 %	2 187	46 %
Växlare	3 057	32 %	1 359	29 %	1 680	36 %
Kollektivtrafikresenär	1 234	13 %	569	12 %	664	14 %
Sällanresenär	412	4 %	229	5 %	181	4 %
Total	9 519	100 %	4 764	100 %	4 712	100 %

Bilist: De som åker bil minst 1–3 dagar/månad och som inte åker kollektivt 1-3 dagar/månad eller oftare
Växlare: De som åker bil och kollektivt minst 1–3 dagar/månad
Kollektivtrafikresenär: De som åker kollektivt minst 1–3 dagar/månad och som inte åker bil 1–3 dagar/månad eller oftare
Sällanresenär: De som inte åker vare sig bil eller kollektivt minst 1–3 dagar/månad

Resebehov på marknaden

Under ett normalår gör varje östgöte i genomsnitt cirka 2,6 resor per vardag och cirka 2,5 resor per dygn under helger.

Resebehov – geografi

Det finns stora skillnader mellan kommunerna när det gäller resandet. Flest resor görs inom de större kommunerna, Linköping och Norrköping. Även om resandet över kommungränserna stadigt ökar är det förhållandevis litet. En femtedel av Östergötlands arbetsföra invånare jobbar i en annan kommun än de bor i, där den vanligaste resan sker mellan Linköping och Norrköping. De flesta pendlingar inom länet sker till Linköping. Många pendlar också in till Norrköping, men inpendlingen till Linköping ökar snabbare. Fler pendlar också från Norrköping till Linköping än åt motsatt håll.

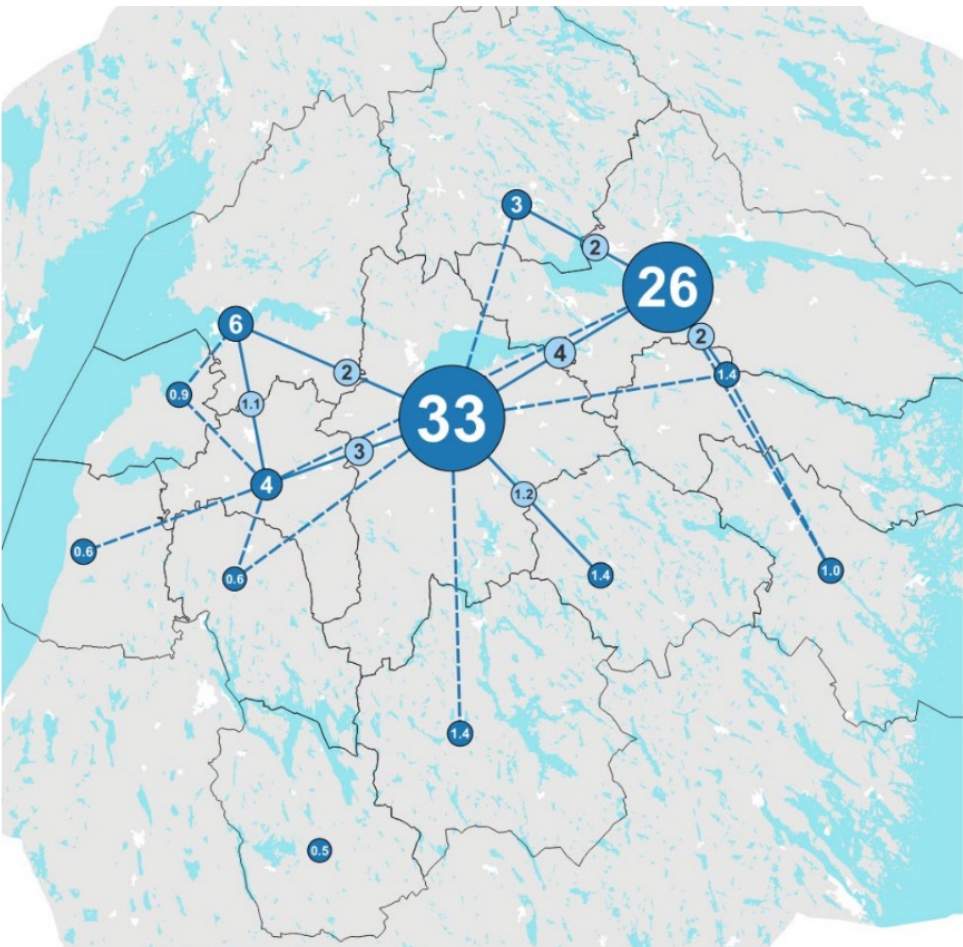
Bilden nedan visar på den relativa arbetspendlingen på tätortsnivå, det vill säga hur orter ur ett arbetspendlingsperspektiv är kopplade till varandra.

Kollektivtrafiken spelar en viktig roll i Östergötlands utveckling genom att stärka tillgängligheten och binda samman regionen avseende boende, arbete och utbildning. Arbetspendlingen över kommungränserna har historiskt ökat mer än befolkningen. Om denna trend fortsätter kan vi förvänta oss en ytterligare ökning av det regionala resandet.

Resebehov – beteende

Kollektivtrafikens uppdrag ligger i huvudsak på arbets- och studiependling. Att möta upp denna typ av regelbundna resmönster och behov är den linjelagda trafikens styrka. Bland kollektivtrafikresenärerna är just resor till och från arbete eller studier vanligast. Drygt 50 procent av alla resor som görs med kollektivtrafiken sker under två timmar på morgonen och två timmar på eftermiddagen.

Färre än hälften, 44 procent, reser minst en gång i månaden med Östgötatrafiken. Dessa motsvarar gruppen Kunder. 27 procent reser kollektivt minst en dag per vecka och 81 procent av de svarande reser med kollektivtrafiken någon gång i månaden.



Drivkrafter för ökat resande

Den faktor som i högst grad driver kollektivt resande är relevans – möjligheten att kunna använda Östgötatrafiken för de flesta resor man gör. I matrisen nedan kallas det förmåga. En annan drivkraft är motivation som är en minst lika viktig drivkraft för ökat resande.

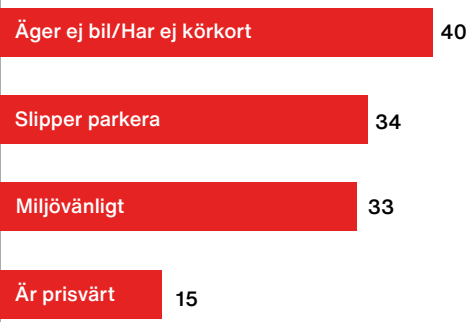
Förmåga/Relevans

Förmåga eller relevans, är grundläggande förutsättningar som i stor utsträckning påverkar hur mycket man reser med kollektivtrafiken.

- Tillgång till kollektivtrafik,
- Kunskap om kollektivtrafiksystemet
- Närhet till hållplats
- Restidskvot med mera

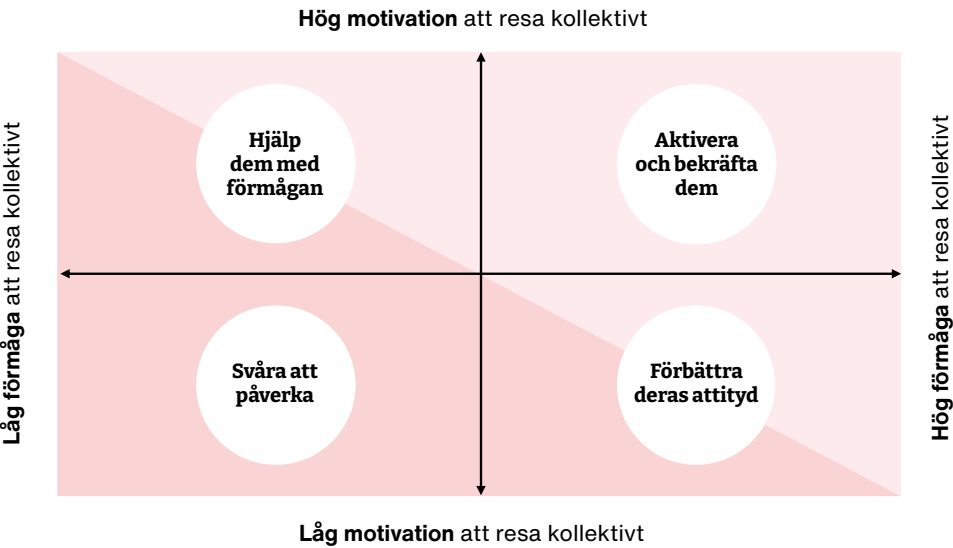
Motivation

Det finns många bakomliggande faktorer till att vara motiverad att åka kollektivt. Det kan vara ekonomiska drivkrafter som att spara pengar, klimatengagemang, bekvämlighet etcetera. Oavsett orsak kan det ändå vara en tröskel att ställa om sina vanor och beteenden. När Östgötatrafikens kunder svarar på frågan om vilka som är de viktigaste anledningarna till att man väljer kollektivtrafiken anges följande:



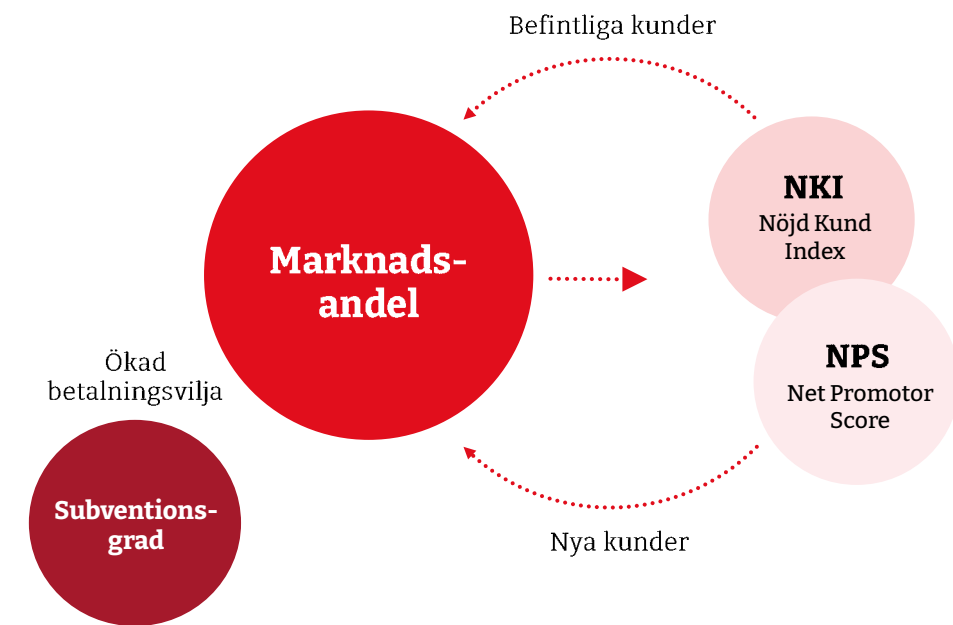
Påverkan

Det finns stora grupper i regionen som både har bra tillgång till kollektivtrafik och hög motivation, men ändå inte reser kollektivt. Matrisen nedan delar upp marknaden i fyra olika segment utifrån Förmåga/relevans och Motivation och indikerar vilken typ av påverkan som kan öka benägenheten att resa med kollektivtrafiken.



NKI och NPS

Nöjda kunder (NKI) har större benägenhet att fortsätta resa eller att öka sitt resande. De har även större benägenhet att rekommendera resor med kollektivtrafiken (NPS) till vänner och bekanta. Därav är det, utöver relevans, en stark drivkraft till ökat resande. Ett högt NKI gynnar även kollektivtrafiken eftersom betalningsviljan ökar ju nöjdare kunderna är.



Påverkansfaktorer på kort sikt

Utifrån trender i samhället, marknadsförutsättningar och andra faktorer i vår omvärld har vi identifierat ett antal faktorer som kan ha stor påverkan på vår måluppfyllelse under åren 2026–2028:

- Politiskt fokus på kollektivtrafik på landsbygden och bilens framkomlighet i städerna.
- Osäkerhet kring kostnader för bränsle kommer påverka kollektivtrafikens konkurrenskraft.
- Kommunernas arbete med och prioriteringar av infrastrukturen kommer inverka på såväl våra kostnader, framkomligheten samt kollektivtrafikens attraktivitet.
- Sårbar infrastruktur på Södra stambanan påverkar tilliten till Östgötapendeln och hela kollektivtrafiksystemet.
- Elinfrastruktur och elförsörjning påverkar driftsäkerheten av redan elektrifierad fordonsflotta.
- Låg attraktivitet i föraryrket kan skapa brister som påverkar kvaliteten i vår leverans.
- Säkerhetsläget och de myndighetskrav som ställs på kollektivtrafiken som samhälls-viktig verksamhet kommer påverka affärsplanens förutsättningar.
- Kundernas krav och förväntningar på snabbare och mer individualiserade tjänster.





Nulägesanalys

(SWOT)

Nulägesanalysen baseras på omvärldsanalysens resultat, där trender och faktorer har bedömts för att identifiera interna styrkor och svagheter samt externa möjligheter och hot.

Styrkor Strength

- En hållbar produkt**
Vi erbjuder en hållbar och konkurrenskraftig mobilitet.
- Känt varumärke**
Vi har ett välkänt varumärke.
- Nöjda kunder som ambassadörer**
Vi har nöjda kunder som gärna står upp för oss och vår produkt.
- Innovationsförmåga**
Hög yrkeskompetens och stor utvecklingskraft. En hög digitaliseringsnivå och datadrivenhet som skapar förutsättningar för innovation och utveckling.
- Motiverade och stolta medarbetare**
Självständiga medarbetare med stor stolthet över vårt uppdrag.
- Förtroende från ägarna**
Välskött bolag med väl fungerande ekonomistyrning och effektiv organisation.
- Yttäckande kollektivtrafik**
Närtrafik finns att tillgå på landsbygden där linjelagd kollektivtrafik saknas.

Svagheter Weaknesses

- Varumärkespositionen**
Nya resenärsgupper är svåra att attrahera och delar inte bilden av företagets varumärke med befintliga resenärer.
- Vikande kundnöjdhet**
Kundnöjdheten inom både allmän och särskild kollektivtrafik minskade under 2024.
- Förmåga att facilitera och leda aktiviteter**
Fler medarbetare behöver ha förmåga att driva aktiviteter och projekt.
- Tågstrategiska frågor**
Bristande framförhållning, fokus och resurser för arbete med tågstrategiska frågor.
- Affär driv**
Fler behöver förstå affären och vad som driver mot våra mål för att kunna agera rätt i vardagen.
- Resenärsinformation**
Bristande information framför allt vid störningar.

Möjligheter Opportunities

- Stort klimat- och hållbarhetsfokus i samhället**
Såväl företag som privatpersoner vill bidra till ett hållbart samhälle, vilket gynnar kollektivtrafiken.
- Förtätning och tillväxt i Östergötland**
Attraktiv kollektivtrafik uppnås bäst i urbana miljöer och starka stråk samt är en förutsättning för hållbar stadsutveckling.
- Ökad digital förmåga hos medborgarna**
Ger förutsättningar för utveckling av tjänster och kommunikation med olika kunder/kundgrupper på ett anpassat sätt.
- Samverkan**
Ökad samverkan inom branschen, med kommunerna och regionen kan bidra till såväl kostnadseffektivitet som ökad kreativitet.
- Närhet till aktiva forskargrupper**
Genom nära samarbete med forskning kan vi hitta innovativa lösningar och attraktiva tjänster för våra kunder.
- Samverkan med intressenter inom området hållbara transporter och kombinerad mobilitet**
Samverkan inom hållbar mobilitet bidrar till nya tjänster och nya affärsmodeller.
- Datadrivenhet och AI**
Är ett viktigt verktyg för hela organisationen att arbeta med effektivisering och utveckling.
- Framtida stora infrastruktur- och stadsbyggnadsprojekt**
Delta i planeringen och påverka infrastruktur- och stadsbyggnadsprojekt för ett effektivt och attraktivt kollektivtrafiksystem.

Hot Threats

- Osäkerhet kring kostnader för drivmedel**
Fluktuerande drivmedelskostnader kan påverka kollektivtrafikens kostnadsnivå och konkurrenskraft.
- Osäkerhet kring omställning till emissionsfria fordon**
Fordonstillgång, affärsmodeller, utbyggnad av elinfrastruktur och elförsörjning kan påverka kostnader för kollektivtrafiken.
- Försämrade framkomlighet i städerna på grund av förtätning och ökad bilism**
Kommunernas fokus på framkomlighet för kollektivtrafiken är låg.
- Elbilens attraktionskraft ökar**
Tillgången till elfordon kan minska incitament att välja kollektivtrafik före bil.
- Kompetensförsörjning inom branschen**
Bristen på förare och andra branschspecifika roller hos trafikföretag och myndigheter innebär risk för leverans- och kvalitetsproblem.
- Olika syn på kollektivtrafikens roll påverkar förväntningarna på leveransen**
Allmänhetens förväntningar på kollektivtrafiken korrelerar inte alltid med de politiska målen.
- Uppdragsgivarnas ekonomiska situation**
Region Östergötlands ekonomiska situation och kommunernas prioriteringar kan påverka vårt utbud, servicenivå och varumärke.
- Försämrade säkerhetsläge**
Det rådande säkerhetsläget innebär högre risk för driftbortfall av kritiska IT-system och trafik samt ekonomisk påverkan.

Uppdrag, mål & styrtal

Östgötatrafikens affärsplan innehåller mål och styrtal. Målen visar om bolaget lyckats med uppdraget och styrtalen är indikatorer på om att vi är på rätt väg. Vissa mätetal följs upp för att bibehålla eller säkerställa nivån.



GAP-nivåer

För varje övergripande uppdrag anges GAP, det vill säga hur måluppfyllelsen ser ut i förhållande till uppdraget. Utvecklingen av måluppfyllelsen anges utifrån följande färg- och nummermarkeringar baserat på Region Östergötlands styrmodell.

Nivå	Beskrivning av GAP-nivå
1	Nivå 1 – Utvecklingen har inte gått åt rätt håll de senaste åren/åren. Genomgripande insatser kommer krävas under flera år.
2	Nivå 2 – Utvecklingen har gått åt rätt håll senaste året/åren. Ett flertal insatser kommer dock krävas under flera år.
3	Nivå 3 – Utvecklingen har gått åt rätt håll senaste året/åren. Insatser har lett till vissa resultat – fortsatt arbete krävs, troligtvis under flera år.
4	Nivå 4 – Utvecklingen har gått åt rätt håll senaste året/åren. Fortsatt arbete kommer dock krävas närmaste året.
5	Nivå 5 – Utvecklingen har lett till önskat resultat. Insatser som bibehåller resultatet är implementerade.

Mål och mätetal som vi styr verksamheten mot

Under kommande år planeras flera infrastruktursatsningar, bland annat förberedelser inför byggnationen av Ostlänken. Sannolikt kommer detta att påverka möjligheterna till stora förflyttningar av våra mål och styrtal. Främst kommer utvecklingen av mätetalen inom uppdragen marknadsandel och kundnöjdhet påverkas när ombyggnationer får inverkan på trafiken och därmed kundernas resande. Mot denna bakgrund har affärsplanens mål för 2026–2028 sänkts i jämförelse med affärsplanen 2025–2027.

Följande mål styr vi verksamheten mot:

		GAP	2024 Utfall	2026	2027	2028	2040	Rapporteras
Uppdrag	Marknadsandel 2020: 15 %, 2021: 13 % 2022: 18 % 2023: 20%	1	20 %	21 %	22 %	22 %	32 %	DÅ04, DÅ08, ÅRS
Styrtal	Antal påstigande		35,4 milj	36,0 milj	36,5 milj	37,0 milj	–	DÅ04, DÅ08, ÅRS
Styrtal	Medelhastighet stomtrafiken (innerstad)		12,7	≥ 13	≥ 13	≥ 13	15	ÅRS
Styrtal	Medelhastighet stomtrafiken (ytterstad)		20,9	≥ 21	≥ 21	≥ 21	23	ÅRS
Uppdrag	Subventionsgrad 2020: 65 % 2021: 69 % 2022: 59% 2023: 57%	3	53 %	54 %	54 %	54 %	50 %	DÅ04, DÅ08, ÅRS
Styrtal	Kostnadstäckningsgrad		52 %	53 %	53 %	54 %	–	DÅ04, DÅ08, ÅRS
Styrtal	Intäkt per påstigande		18 kr	18,4 kr	18,6 kr	18,8 kr	–	DÅ04, DÅ08, ÅRS
Styrtal	Trafikkostnad per påstigande		37 kr	36,4 kr	36,5 kr	36,5 kr	–	DÅ04, DÅ08, ÅRS
Styrtal	Nettokostnad per påstigande		19 kr	18,0 kr	17,9 kr	17,7 kr	–	DÅ04, DÅ08, ÅRS
Uppdrag	Nöjd Kund (NKI) 2020: 67 % 2021: 69 % 2022: 70 % 2023: 71%	3	68 %	≥69 %	≥70 %	71 %	78 %	DÅ04, DÅ08, ÅRS
Styrtal	Nöjd med senaste resa		79 %	≥84 %	85 %	85 %	–	DÅ04, DÅ08, ÅRS
Styrtal	Punktlighet allmän kollektivtrafik (reglerhållplats)		87 %	≥87 %	≥87 %	≥87 %		DÅ04, DÅ08, ÅRS
Styrtal	Punktlighet särskild kollektivtrafik		84 %	86 %	87 %	87 %	–	DÅ04, DÅ08, ÅRS
Styrtal	Enkelt att resa med bolaget, kunder		81 %	≥80 %	≥81 %	≥81 %	–	DÅ04, DÅ08, ÅRS
Styrtal	Sammanfattande nöjdhet färdtjänst och sjukresa		87 %	≥90 %	≥90 %	91 %	93 %	DÅ04, DÅ08, ÅRS
Styrtal	NPS, kunder		5	6	8	9	–	DÅ04, DÅ08, ÅRS
Styrtal	NPS, icke kunder		-34	-32	-31	-30	–	DÅ04, DÅ08, ÅRS
Styrtal	Företagsförsäljning		14,4 mkr	18 mkr	21 mkr	23 mkr	–	ÅRS



Mål och mätetal som vi följer för att bibehålla eller säkerställa nivån:

	Följa mått	2024 Utfall	2025	2026	2027	Rapporteras
Mäts	Andel hållbart resande	40 %	Följa	Följa	Följa	ÅRS
Mäts	Medarbetaruppföljning VIP-pulsmätning	VIP Grönt	VIP Grönt	VIP Grönt	VIP Grönt	DÅ04, DÅ08, ÅRS
Mäts	Sjuktal (korttidsfrånvaro/långtidsfrånvaro)	2,2/3,7	–	–	–	ÅRS
Mäts	Overhead (OH)	2,3 %	2,8 %	2,8 %	2,8 %	DÅ04, DÅ08, ÅRS
Mäts	Personalomsättning (medarbetare som slutar i % av antalet tillsvidareanställda)	8 %	–	–	–	ÅRS

Fokusområden för leverans & utveckling

Våra fokusområden beskriver hur vi utvecklar verksamheten för att möta kundernas efterfrågan och öka det hållbara resandet. Utgångspunkten är de påverkansfaktorer och trender som har identifierats i omvärldsanalysen samt de svagheter och möjligheter som har identifierats i nulägesanalysen. Affärsplanen innehåller fem fokusområden som alla har betydelse för vår måluppfyllelse och beskrivs utan inbördes rangordning.

Innovation

För att Östgötatrafiken ska ha rätt förutsättningar att utvecklas krävs såväl nytänkande och organisatorisk innovationsförmåga, som förmåga hos varje enskild medarbetare att utveckla och förbättra det egna arbetet. Ständiga förbättringar är ett mind-set som innebär att allting alltid kan göras lite bättre. Östgötatrafiken ska driva egna innovationsinitiativ både när det gäller generativ AI samt andra AI-förmågor som att i stora mängder data hitta mönster och relationer, skapa prediktioner, leta efter optimala lösningar på problem i stor lösningsrymd samt att bearbeta audiella signaler och ljud.

Framtida utvecklingsbehov på kort och lång sikt

I den kontinuerliga utvecklingen av Östgötatrafikens verksamhet krävs det att vi har kultur, arbetssätt och metoder som främjar nytänkande och tillvaratar nya idéer. En utvecklad innovationsförmåga gör oss också till en aktiv och drivande partner i olika samverkansprojekt med andra aktörer. Chefer och ledare behöver stärkas i kompetensen att leda digital transformation och driva innovationsarbetet vidare.

Fokus och aktiviteter

Östgötatrafiken ska vara en aktiv part i Region Östergötlands övergripande innovationsarbete och i strategiarbetet för AI och digitalisering. Kompetensutveckling för chefer och ledare genomförs inom ESF-projektet Digital kompetens för offentlig sektor. Planerade aktiviteter inom AI-området är trafikplanering i den allmänna kollektivtrafiken, ruttplanering i den särskilda kollektivtrafiken och kundsupport. Östgötatrafiken ska medverka i projekt om hur självkörande fordon kan bli en komponent i kollektivtrafiksystemet. Som kompetensstöd använder Östgötatrafiken bland annat AI Sweden. Vi ska även delta i innovationsprojekt tillsammans med aktörer utanför vår organisation, till exempel VTI, Linköpings universitet, RISE, Vinnova och K2.





Kundnöjdhet

När resenärer upplever att resan fungerar – att den är punktlig, trygg och smidig – ökar sannolikheten att de fortsätter resa kollektivt. Det bidrar till ett växande resandeunderlag och till att resurserna används mer effektivt. Kundnöjdhet har också betydelse för hur kollektivtrafiken som alternativ till bilen uppfattas i samhället. Resenärer som är nöjda berättar oftare om sina upplevelser för andra, vilket påverkar andras inställning till att resa kollektivt. Under 2024 har kundnöjdheten minskat i både särskild och allmän kollektivtrafik. Det blir därför viktigt att på både på kort och lång sikt göra riktade insatser för att komma tillbaka till tidigare nivåer. Här läggs speciellt fokus på områden som har stark korrelation till NKI.

Inom Särskild kollektivtrafik har vi ett särskilt ansvar att erbjuda en resa som är tillgänglig, pålitlig och anpassad efter individens behov då detta är en central del av att skapa ett inkluderade samhälle.

Framtida utvecklingsbehov på kort och lång sikt

Ett viktigt förbättringsområde för att nå ett högre NKI är information innan, under och efter resan. Därför satsar vi på resenärsinformation och en fortsatt utveckling av de digitala kanalerna där vi kan nå kunderna med riktad information. Alla som har direktkontakt med kunder, egen personal och förare, har

en stor påverkan på upplevelsen av Östgötatrafikens tjänster. Det är därför fortsatt viktigt att aktivt utveckla kunddialogen i avseende på bemötande, kunskap och responstid.

Fokus och aktiviteter

För att höja kundnöjdheten inom den allmänna trafiken ska vi fortsätta utveckla våra tjänster baserat på resenärernas behov. Genom att samla in och analysera kundinsikter via app, telefonsamtal, enkäter och möten får vi en bild av vad som fungerar väl och vad som behöver förbättras. Dessa insikter utgör grunden för konkreta åtgärder som syftar till att förbättra kundupplevelsen i varje steg av kundresan.

Inom den särskilda kollektivtrafiken strävar vi efter att säkerställa att reseinformation är tydlig, tillgänglig och konsekvent, oavsett om den förmedlas via telefon eller app. Vi lägger stor vikt vid att resan upplevs som trygg och pålitlig, med hög punktlighet, rimliga väntetider och minimala omvägar. Ett respektfullt och empatiskt bemötande är centralt, varför vi kontinuerligt satsar på utbildning av både förare och vår egen personal. Genom en tätare dialog med resenärer och brukarorganisationer utvecklar vi uppföljningen för att säkerställa att våra förbättringar överensstämmer med faktiska behov och att vi fortsätter att erbjuda en uppskattad samhällsservice.

Kundfokus för ökat resande

Östgötatrafikens långsiktiga mål är att stärka kollektivtrafikens attraktionskraft och ta marknadsandelar från bilen. Genom att utveckla vårt erbjudande utifrån resenärernas behov, arbeta med varumärkesbyggande och aktiv försäljning kan vi skapa en kollektivtrafik som är både konkurrenskraftig och hållbar.

För att öka andelen östgötar som ser kollektivtrafiken som ett självklart val fokuserar vi på följande områden:

Långsiktigt varumärkesarbete – Kortsiktig försäljningsaktivering

Vi arbetar aktivt med att förändra attityder och skapa positiva associationer till kollektivtrafiken i syfte att utöka den nåbara marknaden. Specifika insatser riktas mot de målgrupper som har störst potential att välja kollektivtrafiken, särskilt pendlare i stadsnära områden och längs viktiga pendlingsstråk. Genom att lyfta fram konkreta fördelar som lägre kostnader, kortare restid och smidiga biljettlösningar kan vi omvandla potentiella resenärer eller växlare till regelbundna kunder.

Kundinsikt som grund för utveckling

För att anpassa vårt erbjudande behöver vi en djup förståelse för resenärernas beteenden och drivkrafter. Genom marknadsundersökningar, resvaneanalyser och kundfeedback identifierar vi vad som påverkar valet av färdmedel. Viktiga faktorer som enkelhet, prisvärdhet och trygghet står i centrum för vårt förbättringsarbete.

Genom att samarbeta med arbetsgivare kan vi få fler företag att erbjuda kollektivtrafik som förmån och främja resande i tjänsten med kollektivtrafik i stället för med bil.

För att nå vårt mål om ökat resande och en starkare kollektivtrafik behöver vi både förändra attityder och förbättra det faktiska erbjudandet. Genom att fokusera på kundupplevelsen, förenkla resandet och aktivt arbeta med marknadsföring och försäljning kan vi positionera Östgötatrafiken som det smarta och hållbara valet för fler östgötar.



Målgrupper i fokus

Växlare i arbetsför ålder (25–55 år) använder både bil och kollektivtrafik regelbundet, vilket visar att de är öppna för båda färdätten. De har redan vanan inne och kan med rätt incitament flyttas över till att resa mer kollektivt. Eftersom många i denna grupp är förvärvsarbetande, träffar man här både hög frekvens och betalningsvilja.

Unga vuxna (18–24 år) har ännu inte fastnat i en bilberoende livsstil och är generellt mer mottagliga för hållbarhetsbudskap. Andelen unga med körkort har sjunkit från cirka 73 procent år 1980 till 64 procent år 2023. Genom att erbjuda prisvärda och attraktiva kollektivtrafiklösningar kan man etablera långsiktiga vanor tidigt i livet. Dessutom utgör studenter en stor del av denna grupp, vilket sammanfaller med kollektivtrafikens starkaste syfte: arbets- och studiependling.

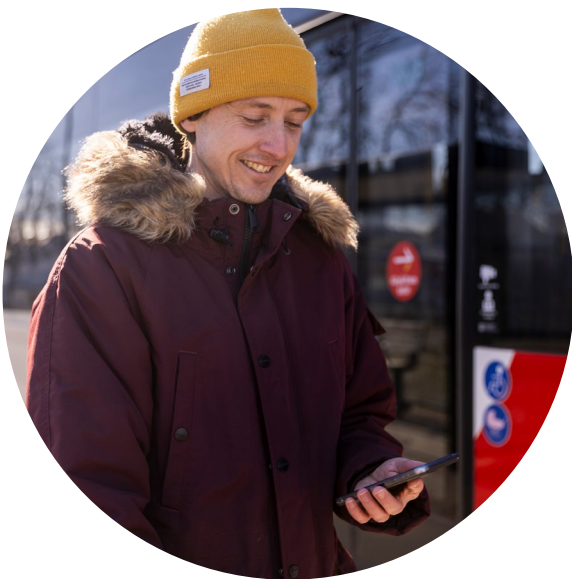
Den tredje målgruppen i fokus är stadsnära grupper med god tillgång men låg motivation. En betydande andel av befolkningen bor inom områden där kollektivtrafiken är lättillgänglig, men använder den ändå inte i hög utsträckning. Dessa personer har alltså förmåga att resa kollektivt, men saknar motivation. Med riktade insatser som visar på tidsvinst, bekvämlighet, klimatnytta och ekonomi kan detta segment aktiveras snabbt, vilket ger stor effekt på kort sikt.

Trygghet och punktlighet

Trygghet är en grundläggande förutsättning för att människor ska vilja resa med särskild och allmän kollektivtrafik. Om resenärer upplever otrygghet, till exempel på hållplatser, stationer eller ombord på fordon, kan det leda till att de väljer bort kollektivtrafiken – även om resan i övrigt är snabb och prisvärd. Känslan av trygghet påverkar särskilt resor på kvällar och nätter, samt hur grupper som unga, äldre och kvinnor använder kollektivtrafiken. Östgötatrafiken arbetar systematiskt och kontinuerligt med tryggheten i trafikmiljön i samverkan med framför allt kommunerna.

För resenärer i särskild kollektivtrafik finns oftast inga andra resandealternativ. Resenärerna och deras närstående är i stort behov av att känna trygghet i samband med hämtning och lämning. Trygghet innebär att komma till rätt adress, få den hjälp man behöver exempelvis i och ur fordonet och att eventuella hjälpmedel spänns fast på ett säkert sätt. Att inte känna sig trygg i samband med sin resa kan göra att man väljer bort olika aktiviteter, vilket i förlängningen kan leda till isolering och försämrad livskvalitet.

Kundundersökningar visa att trygghet främst är kopplad till förtroende för kollektivtrafiken som helhet. När människor känner sig trygga i kollektivtrafiken stärker det tilliten till att det är ett fungerande system de kan lita på i sin vardag. Därför är trygghetsfrågan en viktig del i att öka både resandet och kundnöjdheten i den allmänna kollektivtrafiken. När trafiken går enligt tidtabell skapas en känsla av ordning och förutsägbarhet, vilket i sin tur bidrar till att resenärer känner sig trygga. Resenärer som vet att bussen, spårvagnen eller tåget kommer när det ska, slipper osäkerhet och oro – särskilt vid byten.



För att stärka kopplingen mellan punktlighet och trygghet kan följande utvecklingsområden prioriteras:

1. Förbättrad realtidsinformation

Genom att ge tydlig och tillförlitlig information om när nästa avgång sker, särskilt vid förseningar, kan resenärer känna kontroll över sin resa även när tidtabellen inte hålls.

2. Framkomlighetsanalyser

Framkomlighetsanalyser baserade på trafikdata är en viktig input till kommunernas planering och prioritering av infrastrukturinvesteringar och driftåtgärder. En ökad framkomlighet ökar kollektivtrafikens attraktivitet genom en snabbare resa med bättre förutsättningar för en god punktlighet och upplevd ökad tillförlitlighet.

3. Uppföljning av trafikavtal

Kontinuerlig mätning och uppföljning av upplevd trygghet och punktlighet är viktigt för att dels kunna kommunicera resultatet, dels för att veta vilka områden som behöver fokuseras på utifrån både samverkan och utveckling. Uppföljning och kvalitetsutveckling av trafikavtal syftar till säkrare trafikleverans, trafiksäkra och väl underhållna fordon, tillvaratagande av kundupplevelser samt kontinuerlig utveckling av kvaliteten i vår trafik.

4. Utbildning och stöd till förare

Genom att fortlöpande satsa på utbildning och stöd till förare i både den allmänna och särskilda kollektivtrafiken i bland annat kundbemötande och körteknik ges förarna goda förutsättningar till effektiva resor och god förmåga att hantera stressiga situationer tryggt och professionellt. Att trafikutövare och trafikhuvudmän prioriterar detta område kan också bidra till att yrket upplevs mer attraktivt och öka förmågan att både behålla och attrahera de förare som branschen behöver framåt.



Samverkan

Samverkan är ett naturligt inslag i våra trafikavtal och i våra relationer med kommunerna. Samverkan är en förutsättning för att lyckas med samhällets utmaningar. Den möjliggör att allas kompetenser utnyttjas på bästa sätt för att en kontinuerlig utveckling av kollektivtrafiken både på kort och lång sikt. Både den hållbara utvecklingen av samhället i stort och kunden som resenär gynnas av en god samverkan.

Vi samverkar med många olika parter och på många olika nivåer. Samverkan med trafikföretagen sker på ledningsnivå, såväl som på strategisk och operativ nivå. Den sker fortlöpande som en del i verksamheten och inom ramen för de affärsförhållande vi har med våra trafikföretag i både allmän och särskild kollektivtrafik. Viss samverkan är formellt strukturerad via särskilda samverkansavtal med trafikföretag, men också med våra kommuner. Den formella strukturen syftar till att det ska bli tydligt för alla parter vad man förväntas bidra med för att utvecklas tillsammans. Samverkan är även en del i exempelvis våra trafikutvecklingsprocesser, där processens olika steg beskriver när samverkan ska ske och kring vad.

Inför nya trafikavtal inom såväl den allmänna som den särskilda kollektivtrafiken är de samråd som vi genomför inför upphandlingarna viktiga. Det ger oss en möjlighet att tillsammans med länets kommuner och regionen försöka förutse behov utifrån exempelvis demografi, stadsutveckling med mera. Detta skapar bra förutsättningar för att upphandla rätt trafikvolym som blir hållbar över tid. Samråd görs förutom med våra kommuner även med trafikföretag inom områdena för att få en bild av hur marknaden ser ut. I vissa fall är även allmänheten inbjuden till samråd, som exempelvis vid upphandling av skärgårdstrafik.

Framtida utvecklingsbehov på kort och lång sikt

Samverkan med Linköpings och Norrköpings kommun, samt med andra aktörer såsom Trafikverket, kommer att få stor betydelse för den planerade stadsutveckling utifrån byggnationen av Ostlänken och nya resecentrum, men också kopplat till trafiksystemet som helhet. Omfattningen och komplexiteten på dessa projekt gör samverkan för gemensamma målbilder och samlade insatser till en förutsättning för utvecklingen av en ändamålsenlig och attraktiv kollektivtrafik. I samverkan får frågorna ett större gemensamt fokus med en bredare representation av olika kompetenser från berörda parter. Exempel på detta är "stationsgrupp" för nya resecentrum och projektet "störningsfri stad", där ytor för olika funktioner och trafikflöden simuleras och analyseras utifrån kommande behov och påverkan av planerad byggnation. Stadsutvecklingen kommer att pågå under lång tid och innebära trafikstörningar och förändrade förutsättningar för kollektivtrafiken, vilket ställer nya och högre krav på vår trafikplanering. För att stå väl rustade för och möta dessa utmaningar krävs utvecklade stöd, men också nya arbetssätt där god samverkan med framför allt kommunerna kommer ha avgörande betydelse.

Ett annat samarbete är projekt "Linjelagd skolskjuts", där vi tillsammans med Norrköpings kommun ska utreda och utveckla möjligheterna att integrera skolskjutsen i den allmänna kollektivtrafiken för att förbättra resandemöjligheter på landsbygden. Om projektet får ett positivt utfall kan liknande samarbeten genomföras med övriga intresserade kommuner.

Fokus och aktiviteter

Inför starten av nya trafikavtal för stadstrafiken i Linköping och Norrköping 2030 har ett behov identifierats att utreda förutsättningarna för trafik med en elektrifierad fordonsflotta, där framtida kapacitet och redundans kan säkerställas. Med utbyggnaden av depåer och det ökade elbehovet som följer med elektrifiering, behöver samverkan ske med kommunerna och andra aktörer för att säkerställa tidsplan för sådan utbyggnad och att tillräcklig kapacitet finns i det lokala elnätet.

Det EU-finansierade projektet SuRuMo (Sustainable Rural Mobility) är ett omfattande initiativ som syftar till att utveckla hållbara mobilitetslösningar på landsbygden i både Sverige och Lettland. Projektet, som startade 2023 och ska pågå 3,5 år, kräver en hög grad av samverkan med de inblandade kommunerna Motala, Åtvidaberg och Linköping. Genom nära samarbete med dessa kommuner kan vi identifiera och implementera lösningar som är skräddarsydda efter deras specifika behov. Ett exempel på detta är att merutnyttja skolbussar och taxibilar i de identifierade områdena, vilket förbättrar resandeförutsättningarna på landsbygden. Denna samverkan innebär att vi tillsammans med kommunerna kan optimera användningen av befintliga resurser och skapa en mer effektiv och tillgänglig kollektivtrafik.

Källhänvisning

Regionalt trafikförsörjningsprogram 2040, Region Östergötland
RVU Östergötland 2023, Region Östergötland
Kollektivtrafikbarometern, Årsrapport 2024, Svensk Kollektivtrafik
Befolkningsstatistik, SCB
Mosaic segmentering, InsightOne,



