

RAPPORT

Undersökning om Reklamtavlor längs E4:an i Stockholm

Trafikverket

Undersökning bland förbipasserande trafikanter

Projektnummer: TRV2010/54492A

Dokumenttitel: Undersökning om reklamtavlor längs E4:an i Stockholm
Skapat av: Nordiska Undersökningsgruppen AB
Dokumentdatum: 2010-11-15
Dokumenttyp: Rapport
Projektnummer: TRV2010/54492A
Version: 1.5

Publikation: 2011:075
Publiceringsdatum: 2011-04
Utgivare: Trafikverket
Kontaktperson: Åsa Nilsson
Uppdragsansvarig: Trafikverket Planeringsavdelningen
Distributör: Trafikverket, 781 87 Borlänge, telefon: 0771-921 921
ISBN: 978-91-7467-140-7

Sammanfattning

Syfte, metod och svarsfrekvens

Ett företag har fått godkänt att sätta upp reklamskyltar längs E4:an i Stockholm. Skyltarna finns uppsatta mellan Kungens Kurva i söder och Sollentuna i norr, med fem skyltar i vardera riktningen. Trafikverket samarbetar med företaget och driver projektet som ett utvecklingsprojekt. Projektet kommer att utvärderas på flera sätt, varav en del är en attitydundersökning bland trafikanterna.

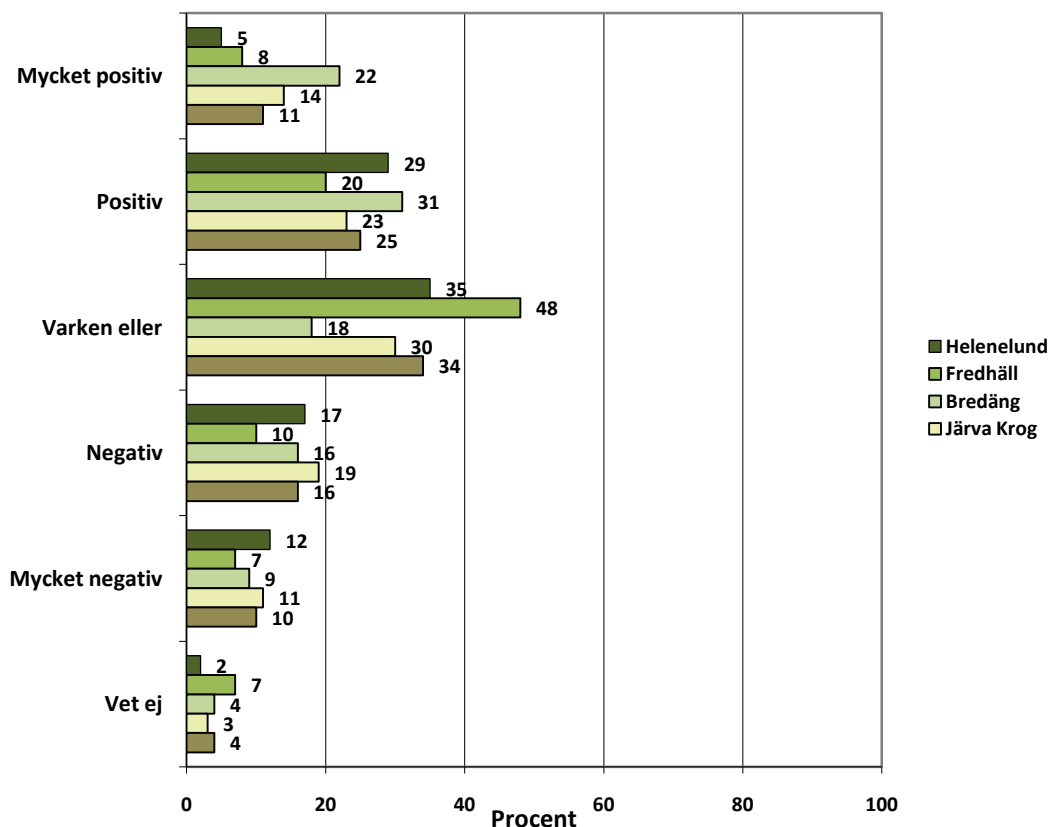
Syftet med undersökningen är att följa upp den attitydundersökning som genomfördes hösten 2009. Trafikanternas attityder till reklamskyltarna (alltså inte reklam innehåll) ska undersökas. Resultatet ska fungera som ett delunderlag för beslut om skyltarna ska vara kvar eller ej.

Urvalet har bestått av privatbilister som trafikerar den aktuella sträckan, i båda riktningarna. Av mättekniska skäl har urvalet avgränsats geografiskt till att bestå av bilister bosatta i Storstockholm, som kan antas vara pendlare på den aktuella sträckan. Urvalet samlades in genom nummerskrivning av bilar vid Helenelund i norra Stockholm, vid Fredhäll (vid Lilla Essingen), vid Järva krog samt vid Bredäng under vecka 36 2010. Vid samtliga skyltar gäller 90 km/h för de som passerar, utom vid Fredhäll där den högsta tillåtna hastigheten är 70 km/h.

Nummerskrivningen pågick i samband med de tider då trafikanterna pendlar till eller från jobbet på morgon och eftermiddag. Därefter ägaridentifierades de nummerskrivna bilarna genom fordonsregistret samt telefonnummersattes via PAR. Efter detta återstod ett rensat urval bestående av de boende i Storstockholm på 2669 adresser. Målet var att genomföra intervjuer med 1000 trafikanter vilket också gjordes med 250 genomförda på respektive plats där nummerskrivning genomförts.

Uppmärksamhet och övergripande attityd

Andelen trafikanter som mer eller mindre dagligen passerar den aktuella sträckan (kan definieras som pendlare) är störst (58%) vid Järva krog och lägst (22%) vid Bredäng. Ungefär två av tre trafikanter som passerat skylten har uppmärksammat densamma. Uppmärksamheten har varit större för skylten vid Järva krog där drygt fyra av fem trafikanter uppmärksammat skylten.



De övergripande attityderna till skylten är tämligen spridda på hela skalan från mycket positiv till mycket negativ. Totalt är 36% positiva, 34% neutrala och 26% negativa, resterande 4% har inte tagit ställning till frågan. Andelen negativa och mycket negativa är större vid Helenelund och Järva krog. De som passerat vid Bredäng är klart positivare till skylten.

Det man upplever som positivt är att den syns bra, är tydlig, informativ och vissa specificerar att *trafikinformationen* är bra. Det man upplever som negativt är framförallt att den är distraherande och tar koncentration från bilkörningen. Framförallt vid Helenelund är det också många som upplever att skylten är bländande och har för ljusstarkt. Vid en jämförelse med den mätning som gjordes 2009 kan vi konstatera att det som är tydligast är att andelen som svarar "varken eller" har ökat och både andelen negativa och positiva har minskat.

Jämförelsetabell med mätningen 2009				
	Helenelund		Fredhäll	
	2009	2010	2009	2010
Mycket positiv	12%	5%	3%	8%
Positiv	26%	29%	30%	20%
Varken eller	29%	35%	29%	48%
Negativ	11%	17%	28%	10%
Mycket negativ	18%	12%	8%	7%
Vet ej	4%	2%	2%	7%

När man delar upp materialet på enbart de som uppfattat att det visades ett reklambudskap ökar andelen negativa tydligt och totalt överstiger då andelen negativa andelen positiva.

Bas: De som uppfattat reklambudskap					
	Helenelund	Fredhäll	Bredäng	Järva krog	Totalt
Mycket positiv	5%	9%	9%	7%	7%
Positiv	27%	11%	22%	18%	19%
Varken eller	35%	54%	22%	31%	37%
Negativ	18%	11%	22%	26%	19%
Mycket negativ	15%	8%	19%	15%	14%
Vet ej	0%	7%	6%	3%	4%

Upplevelser av eventuell störning

Hälften av de tillfrågade upplever att skylten inte stör alls medan den andra hälften upplever att skylten stör i någon grad på skalan "bara lite" till "väldigt mycket". Andelen som upplever att den stör ganska eller väldigt mycket är 14%. Det är något fler som upplever skylten som störande vid Järva krog. Det som stör är främst att man upplever att man tittar på skylten istället för trafiken, och att den är distraherande. En del tycker också att den är bländande och alltför ljusstark. Andelen som upplever att skylten är störande har sjunkit med några procentenheter både i Helenelund och Fredhäll och andelen som inte alls tycker att den är störande har ökat med 6 procentenheter vid båda skyltarna. Även när det gäller hur störande man upplever att skylten är, ökar andelen som tycker så bland de som uppfattat att skylten visar reklambudskap.

Många tycker det är svårt att ta ställning till frågan om hur störande skylten är för medtrafikanterna men bland de som tar ställning liknar resultatet i stort det som gällde för den egna bilkörningen. Något mer än hälften bland de som tagit ställning upplever att skylten inte stör medtrafikanterna alls medan knappt den andra hälften upplever att skylten stör medtrafikanterna i någon grad på skalan "bara lite" till "väldigt mycket". Precis som när det gäller den egna upplevelsen är det vanligaste att man upplever att medtrafikanterna tycker att skyltarna är distraherande och tar uppmärksamhet från bilkörningen.

Drygt hälften av alla, 54%, har passerat skylten efter mörkrets inbrott. En något större andel av de som uppfattat ett reklambudskap, 61%, har passerat den när det varit mörkt. En vanlig kommentar, framförallt vid Helenelund och Järva krog, är att man tycker att skylten varit bländande och för ljus när man passerat.

Avstånd till vägen och påverkan på annan trafikinformation

Majoriteten tycker att skylten sitter på ett lagom avstånd till vägen och 19% tycker att den sitter för nära. En något större andel, 22%, tycker att skylten sitter för nära vid Järva krog medan en något lägre andel, 15%, tycker att den sitter för nära vid Bredäng. Siffrorna är oförändrade bland de som passerat vid Helenelund. Bland de som passerat vid Fredhäll är det i år något färre som tycker att den sitter för nära. Istället är det en större andel som inte tycker att de kan svara på frågan. Bland de som uppfattat att skylten visar ett reklambudskap är det en större andel, 24%, som upplever att den sitter för nära vägen.

Majoriteten, 64%, upplever att skylten inte alls påverkar hur de hinner uppfatta vägvisning och annan typ av trafikinformation. Ungefär var fjärde upplever att skylten påverkar uppfattningsförmågan på skalan "bara lite" till "väldigt mycket". 8% upplever att den påverkar hur man hinner uppfatta vägvisning och annan trafikinformation ganska eller väldigt mycket. Fler upplever att det påverkar uppfattningen av trafikinformationen vid Helenelund och färre upplever att så är fallet vid Järva krog. I en jämförelse med 2009 års mätning går resultaten i två riktningar. Vid Helenelund är det i år fler som upplever att skylten stjälar uppmärksamhet från annan trafikinformation medan det vid Fredhäll är färre. Förändringarna på runt 10 procentenheter är ungefär lika stora på båda ställena och kan ju därför totalt sägas ta ut varandra. Generellt upplever något fler av de som uppfattat att skylten visar ett reklambudskap att den påverkar möjligheten att uppfatta annan trafikinformation.

Upplevelse av budskap och avsändare

Totalt har 55% uppfattat att skylten visar ett reklambudskap medan 28% uppfattar att det visas trafikinformation. Vid Helenelund har fler uppfattat reklambudskapen och vid Bredäng svarar en större andel att det visas samhällsinformation på skylten. Vi kan också notera att det framförallt är fler som upplever att det visas trafikinformation på skylten. Vid Fredhäll är det en betydligt mindre andel som i år upplever att det visas reklambudskap på skylten.

En relativt stor andel, 36%, kan inte ange avsändare men del flesta som tar ställning uppger att det är en kommersiell annonsör. Ungefär var tredje tillfrågad tror, att det handlar om trafikinformation från Vägverket, Trafik Stockholm e dyl. Framförallt är det fler som i år har uppfattat Trafikverket som avsändare men vid Helenelund även att det är en kommersiell annonsör. Vid Fredhäll är det i år fler som inte uppfattat avsändaren och framförallt färre som uppfattat att det är en kommersiell annonsör. Eftersom detta är en indelning efter de som uppfattat att skylten visar ett reklambudskap är det naturligt att också en större andel uppger att en kommersiell annonsör är avsändare av de budskap som visas.

Ska skylten vara kvar?

Av samtliga tycker 39% att skylten kan vara kvar, 30% vill ta bort den medan resterande 31% inte tycker att det spelar någon roll eller tar inte ställning. Den största andelen som är positiva till skylten, 52%, finns bland de som passerat vid Bredäng och störst andel som vill ta bort den, 34%, återfinns bland de som passerat skylten vid Järva krog. I det som är jämförbart med förra året är det i år en större andel som tycker att man ska låta skylten vara kvar. Vid Fredhäll är det i år färre som tycker att man ska ta bort skylten, och istället framförallt fler som inte tycker att det spelar någon roll. Av de som uppfattat att det är ett reklambudskap som visas är det enskilt vanligaste svaret att man vill ta bort skylten (41% av de som uppfattat att det visas ett reklambudskap).

Analys och slutsatser

Ungefär två av tre har uppmärksammat skyltarna. Uppmärksamheten har varit större för skylten vid Järva krog (där drygt fyra av fem har uppmärksammat skylten) men lägre vid Bredäng (där knappt hälften uppmärksammat skylten). En starkt bidragande faktor till detta är att det är fler som kan kategoriseras som pendlare (kör dagligen eller flera gånger per vecka förbi skylten) vid Järva krog. Där är 58% att betrakta som pendlare jämfört med "bara" 22% vid Bredäng.

Vi kan också vid en uppdelning av materialet (se bilaga) tydligt se att uppmärksamheten av skyltarna är högre bland de som kör dagligen eller flera gånger per vecka. 80% av dessa har uppmärksammat skyltarna jämfört med 53% bland de som bara kört vid något eller några tillfällen.

Det är ingen större skillnad i uppmärksamhet mellan män och kvinnor, men ju yngre man är desto mer vanligt är det att man uppmärksammat skylten (för uppdelning av materialet se bilagan). De yngre har också i högre grad uppmärksammat vilken typ av avsändare och budskap det är som visas på skylten. Andelen som pendlar dagligen är också störst i åldersgruppen 25-44 år vilket säkert också är den främsta orsaken till att deras uppmärksamhet och kännedom är större.

Vi kan övergripande inte se några stora skillnader i uppmärksamhet bland de som kört "70-sträckor" jämfört med de som kört "90-sträckor".

Man kan konstatera att opinionen kring skylten i grova drag är tredelad. En grupp som är positiv och tycker att det är något nytt och roligt som ger lite underhållning i bilkön, en neutral som inte bryr sig om skylten och en negativ som tycker att skylten är störande, trafikfarlig och distraherar de som kör. Många tycker att den tar bort uppmärksamheten från trafiken vilket då påverkar deras och andras bilkörning på ett negativt sätt. Åsikter om att den är felplacerad finns också, och då främst att den sitter för nära vägen. En del tycker också att skylten är bländande och för ljus, framförallt framförs detta spontant av många vid Helenelund och Järva krog. En annan tydlig slutsats är att de som uppfattat att skylten visar ett reklambudskap är mer negativa vid en jämförelse med den genomsnittlige trafikanten som svarat. Av samtliga vill 30% ta bort skylten men av de som uppfattat ett reklambudskap vill 41% ta bort den.

Vid en jämförelse bakåt i tiden på det som är jämförbart (Helenelund och Fredhäll) väljer fler i år att svara att de varken är positiva eller negativa medan både andelen negativa och positiva minskar. Andelen som störs har också minskat något.

Inställningen till skylten skiljer sig inte mycket åt mellan män och kvinnor men kvinnor tenderar att vara något mer negativa. En större skillnad finns för de som passerat en skylt vid en "90-sträcka", där 29% är negativa till skylten, jämfört med de som passerat vid en "70-sträcka" där 16% är negativa. Den slutsats man i högre grad drar på "70-sträckan" är att det inte spelar någon roll om skylten är kvar eller ej. För de som passerat en skylt vid en "90-sträcka" är det fler som tar ställning för eller emot om den ska vara kvar eller ej.

Innehållsförteckning

KAP 1 SYFTE, METOD OCH UPPLÄGG	1
1.1 BAKGRUND OCH SYFTE	1
1.2 METOD, UPPLÄGG OCH SVARSFREKVENNS	1
KAP 2 REKLAMTAVLORNA	2
2.1 KÖRT BIL PÅ DEN AKTUELLA STRÄCKAN.....	2
2.2 UPPMÄRKSAMMAT SKYLTEN	3
2.3 INSTÄLLNING TILL SKYLTEN	4
2.4 SKYLTENS PÅVERKAN PÅ EGEN BILKÖRNING	10
2.5 SKYLTENS PÅVERKAN PÅ MEDTRAFIKANTERS BILKÖRNING	13
2.6 SKYLTENS PLACERING	16
2.7 SKYLTENS PÅVERKAN AV ANNAN TRAFIKINFORMATION.....	18
2.8 BUDSKAP	21
2.9 AVSÄNDARE	23
2.10 SKYLTENS VARA ELLER ICKE VARA	25
2.11 PASSERING AV SKYLTEN I MÖRKER	30
KAP 3 BAKGRUNDSINFORMATION	33
3.1 ÅLDER	33
3.2 KÖN	34
KAP 4 ANALYS OCH SLUTSATSER AV RESULTATET	35

Bilagor:

Enkät och frekvenstabell

Kap 1 Syfte, metod och upplägg

1.1 Bakgrund och syfte

Ett företag har fått godkänt att sätta upp reklamskyltar längs E4:an i Stockholm. Skyltarna finns uppsatta mellan Kungens Kurva i söder och Sollentuna i norr, med fem skyltar i vardera riktningen. Trafikverket samarbetar med företaget och driver projektet som ett utvecklingsprojekt. Projektet kommer att utvärderas på flera sätt, varav en del är en attitydundersökning bland trafikanterna.

Syftet med undersökningen är att följa upp den attitydundersökning som genomfördes hösten 2009. Trafikanternas attityder till reklamskyltarna (alltså inte reklam innehåll) ska undersökas. Resultatet ska fungera som ett delunderlag för beslut om skyltarna ska vara kvar eller ej.

1.2 Metod, upplägg och svarsfrekvens

Urvalet har bestått av privatbilister som trafikerar den aktuella sträckan, i båda riktningarna. Av mättekniska skäl har urvalet avgränsats geografiskt till att bestå av bilister bosatta i Storstockholm, som kan antas vara pendlare på den aktuella sträckan.

Urvalet samlades in genom nummerskrivning av bilar vid Helenelund i norra Stockholm, vid Fredhäll (vid Lilla Essingen), vid Järva krog samt vid Bredäng under vecka 36 2010. Vid samtliga skyltar gäller 90 km/h för de som passerar, utom vid Fredhäll där den högsta tillåtna hastigheten är 70 km/h.

Nummerskrivningen pågick i samband med de tider då trafikanterna pendlar till eller ifrån jobbet på morgon och eftermiddag. Därefter ägaridentifierades de nummerskrivna bilarna genom fordonsregistret samt telefonnummersattes via PAR. Efter detta återstod ett rensat urval bestående av de boende i Storstockholm på 2669 adresser. Målet var att genomföra intervjuer med 1000 trafikanter vilket också gjordes med 250 genomförda på respektive plats där nummerskrivning genomförts.

Insamlingen, i form av telefonintervjuer, pågick under perioden 27 september-6 oktober 2010. Insamlingen bröts när målet uppnåtts att vi intervjuat 1000 trafikanter som passerat skyltarna. Av denna anledning och att man velat att insamlingen skulle genomföras under en begränsad tidsperiod görs ingen djupare bortfallsanalys.

Kap 2 Reklamtavlor

2.1 Kört bil på den aktuella sträckan

Bas: Samtliga (1000 st)

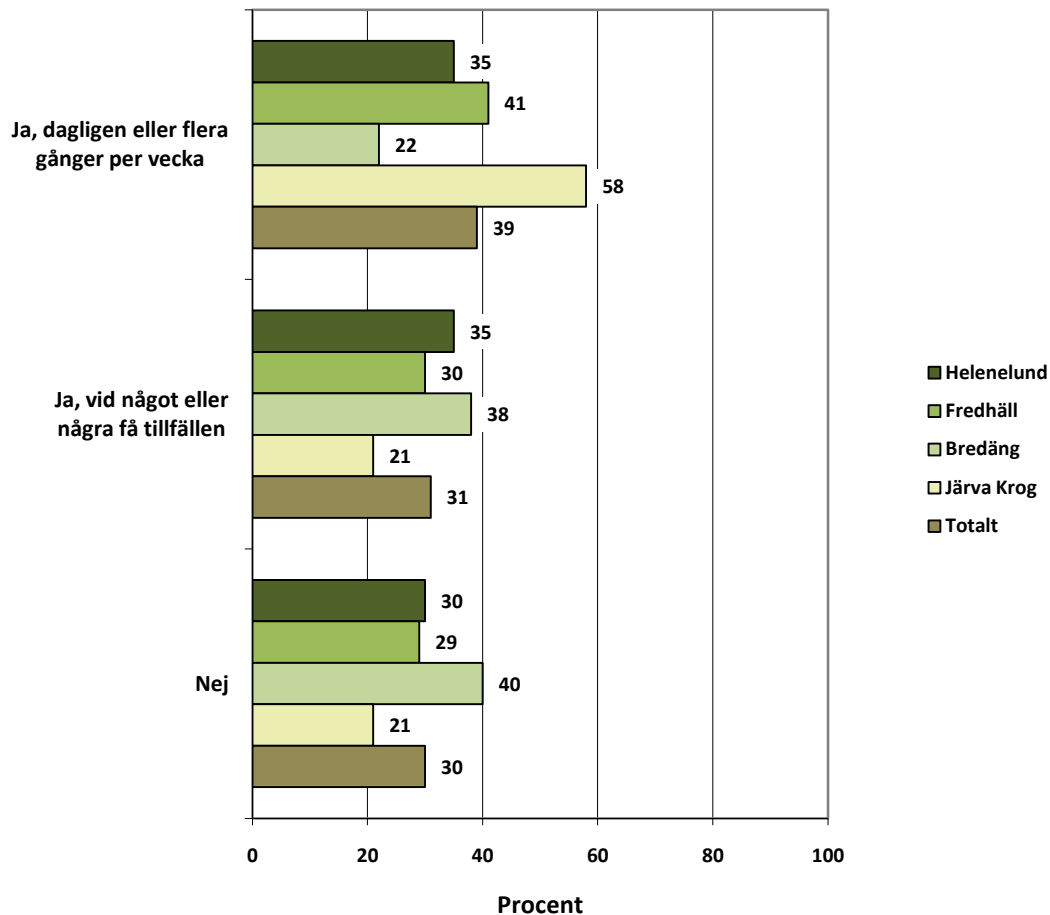


Fig. 2.1 "Har du själv kört bil på E4:an genom Stockholm under vecka 36 i september månad?" (Fråga 1)

Andelen trafikanter som mer eller mindre dagligen passerar den aktuella sträckan (kan definieras som pendlare) är störst (58%) vid Järva krog och lägst (22%) vid Bredäng.

2.2 Uppmärksammat skylten

Bas: De som har kört bil på den aktuella sträckan (702 st)

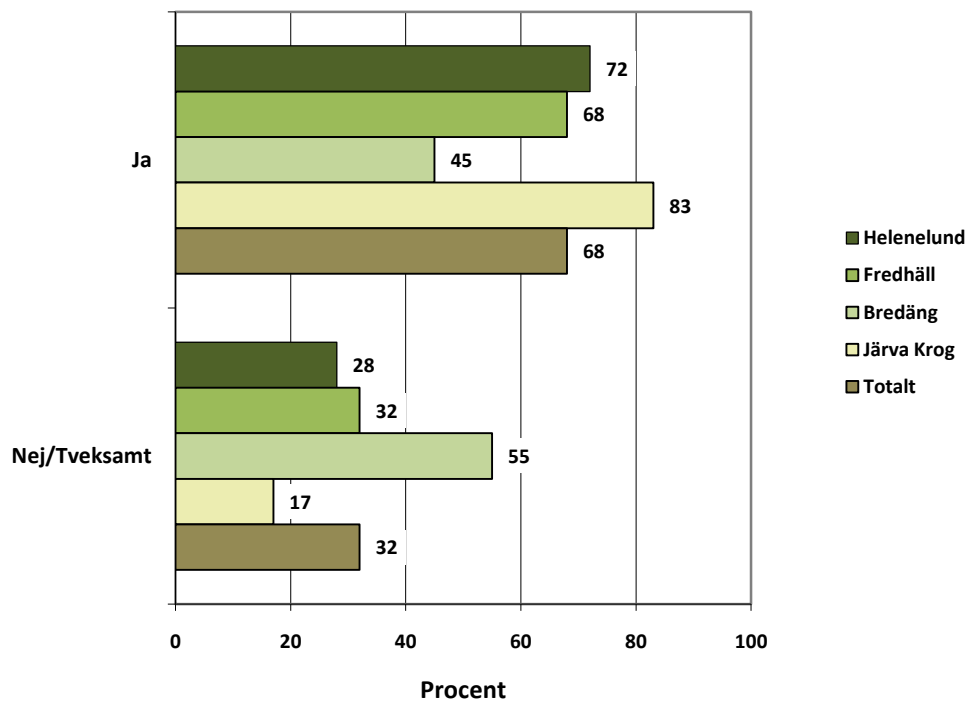


Fig. 2.2 "Har du uppmärksammat den nya typ av skylt som sitter vid? Skylten ser ut som en mycket stor TV-skärm uppsatt på en fyrkantig stolpe. Skylten sattes upp under förra året?" (Fråga 2)

Ungefär två av tre trafikanter som passerat skylten har uppmärksammat densamma. Uppmärksamheten har varit större för skylten vid Järva krog där drygt fyra av fem trafikanter uppmärksammat skylten.

2.3 Inställning till skylten

Bas: De som har kört bil på den aktuella sträckan och uppmärksammat skylten (480 st)

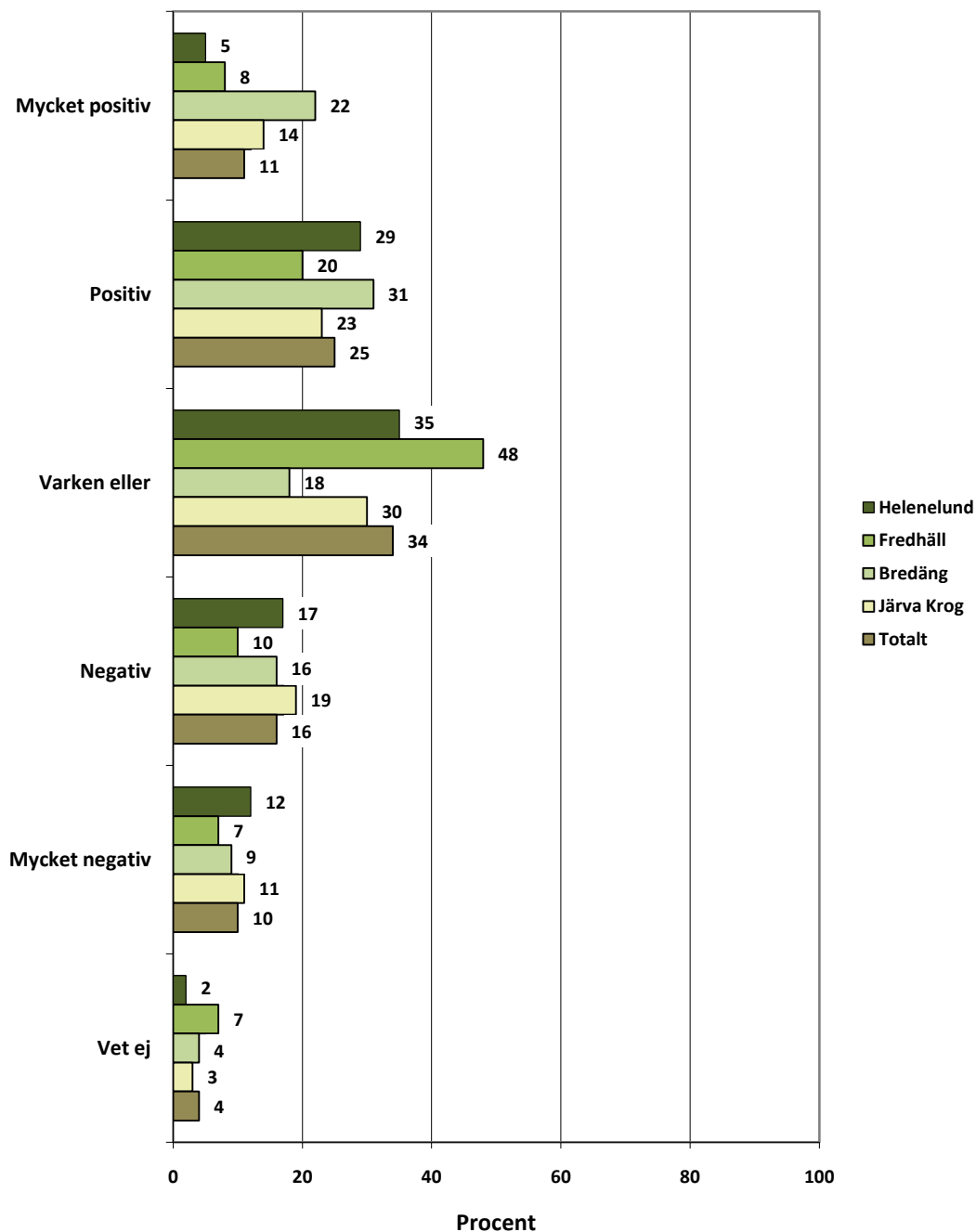


Fig. 2.3 " Vilken är din övergripande inställning till skylten? Observera att det är själva skylten vi är intresserad av och inte innehållet i den reklam som visas där."(Fråga 3)

De övergripande attityderna till skylten är tämligen spridda på hela skalan från mycket positiv till mycket negativ. Totalt är 36% positiva, 34% neutrala och 26% negativa, resterande 4% har inte tagit ställning till frågan. Andelen negativa och mycket negativa är större vid Helenelund och Järva krog. De som passerat vid Bredäng är klart positivare till skylten.

Det man upplever som positivt är att skylten syns bra, är tydlig, informativ och vissa specificerar att trafikinformationen är bra. Det man upplever som negativt är framförallt att den är distraherande och tar koncentration från bilkörningen. Framförallt vid Helenelund är det också många som upplever att skylten är bländande och har för ljusst sken.

Tabell 2.1 – Jämförelse med mätningen som genomfördes 2009

Jämförelsetabell med mätningen 2009				
	Helenelund		Fredhäll	
	2009	2010	2009	2010
Mycket positiv	12%	5%	3%	8%
Positiv	26%	29%	30%	20%
Varken eller	29%	35%	29%	48%
Negativ	11%	17%	28%	10%
Mycket negativ	18%	12%	8%	7%
Vet ej	4%	2%	2%	7%

Vid en jämförelse med den mätning som gjordes 2009 kan vi konstatera att det som är tydligast är att andelen som svarar ”varken eller” har ökat och både andelen negativa och positiva har minskat.

Tabell 2.2 – Vilken inställning till skylten har de som uppfattat att det visades reklambudskap (enligt fråga 8)

Bas: De som uppfattat reklambudskap					
	Helenelund	Fredhäll	Bredäng	Järva krog	Totalt
Mycket positiv	5%	9%	9%	7%	7%
Positiv	27%	11%	22%	18%	19%
Varken eller	35%	54%	22%	31%	37%
Negativ	18%	11%	22%	26%	19%
Mycket negativ	15%	8%	19%	15%	14%
Vet ej	0%	7%	6%	3%	4%

När man delar upp materialet på enbart de som uppfattat att det visades ett reklambudskap ökar andelen negativa tydligt och totalt överstiger då andelen negativa andelen positiva. Andelen som uppfattat att det visas reklambudskap redovisas senare i rapporten, men redan nu är det relevant att konstatera att en större andel (65%) uppfattat att det visas reklambudskap vid Helenelund och en något lägre andel (47%) vid Bredäng. Motsvarande siffra för Fredhäll är 55% och för Järva krog 52%.

Vad är mest positivt med skylten?

Helenelund

- Bra information, **10 st**
- Trafikinformation, **8 st**
- Den syns, **6 st**
- Modern, **5 st**
- Kul, **4 st**
- Stor, **4 st**
- Trevlig, **4 st**
- Tydlig, **4 st**
- Färger, **3 st**
- Bra marknadsföring, **2 st**
- Bra när det är bilkö, **2 st**
- Bra reklam för Stockholm, **1 st**
- Den är anpassningsbar, **1 st**
- Den är bra om den ger vettig information, **1 st**
- Det man hinner se när man kör, **1 st**
- Information om Stockholms stad, **1 st**
- Information, **1 st**
- Ju mer information desto bättre, **1 st**
- Lättläst, **1 st**
- När frun kan vara med och läsa, **1 st**
- Som en TV, **1 st**

Fredhäll

- Syns bra/tydligt, **12 st**
- Har något att titta på vid kö, **9 st**
- Visar information, **9 st**
- Färgglad, **4 st**
- När den visar trafikinformation och inte reklam, **4 st**
- Bra placering, **3 st**
- Att den kan varieras, **2 st**
- Lyser upp, **2 st**
- Reklam, **2 st**
- Annonsera olika saker som har med Stockholm som stad att göra, **1 st**
- Att man kan få trafikinformation, **1 st**
- Att det inte är för starkt ljus i den, **1 st**
- Att den blev mindre ljusstark, **1 st**
- Att den har kvalité, **1 st**
- Bra, **1 st**
- Enklare att se än övriga skyltar, **1 st**
- Inte bara företagsreklam, **1 st**
- Lyser upp och "väcker upp" föraren, **1 st**
- Lätt att se, eftersom den är "levande", **1 st**
- Modern, **1 st**
- Möjligheterna att använda skylten till bra information, **1 st**
- Möjligheterna att visa snabba meddelanden, **1 st**
- Nytt, **1 st**
- Om det är något aktuellt för mig, **1 st**
- Rolig, **1 st**
- Skyltens uppmärksamhetsfaktor, **1 st**
- Trafikverket tjänar pengar på den, **1 st**
- Trevlig, **1 st**
- Viktig reklam, **1 st**

Bredäng

- Syns bra/tydligt, **8 st**
- Informativ, **7 st**
- Tydlig, **7 st**
- Trafikinformationen är bra, **6 st**
- Stor, **3 st**
- Varnar för trafik hinder/olyckor, **3 st**
- Viktig information, **3 st**
- Modern, **2 st**
- Fina bilder, **1 st**
- Fina färger, **1 st**
- Fin skylt, **1 st**
- Finns något att titta på i köer, **1 st**
- Informationen om evenemang i Stockholm, **1 st**
- Ger lite mer stadskänsla, **1 st**
- Ljus, **1 st**
- Roligt att se något längs vägen, **1 st**
- Ser vart vägkanten är någonstans, **1 st**
- Snabb information, **1 st**
- Starkt vitt sken, **1 st**
- Tar inte för mycket uppmärksamhet från trafiken, **1 st**
- Trevlig, **1 st**
- Varierande, **1 st**

Järva krog

- Syns, **16 st**
- Informativ, **15 st**
- Bra trafikinformation, **12 st**
- Tydlig/klar, **10 st**
- Något att titta på, **6 st**
- Visar viktig information, **5 st**
- Bra informationskälla, **4 st**
- Rörlig/växlar innehåll, **4 st**
- Att det är olika reklam varje gång man passerar, **3 st**
- Snygg/ny design, **3 st**
- En färgklick, **3 st**
- Stor, **3 st**
- Snygg grafik, **2 st**
- Bra reklamplats, **2 st**
- Den är modern, ny och fin, **2 st**
- Lyser upp ordentligt, **2 st**
- Man kan få information i realtid, **2 st**
- Reklampengar, **2 st**
- Information om trafiksituationen så jag kan planera min bilväg, **2 st**
- Att det är en och samma bild, **1 st**
- Att den gör reklam för mäsas, **1 st**
- Att man snabbt får information om vägen och annat som rör trafiken, **1 st**
- Att man ser reklamen, **1 st**
- Att den väcker tankar, **1 st**
- Bra om pengar från reklamen går till Vägverket, **1 st**
- Bra bildkvalité, **1 st**
- Bra budskap, **1 st**
- Den ser inte så skräpiga ut, den är fräsch, **1 st**
- Den känns levande och lyser upp, **1 st**
- Den har tagit upp skolstart, bilbälte och hastighet som är viktig information, **1 st**
- Det går inte att missa den, man blir påmind om bältet och liknande, **1 st**
- Informationen är aktuell, jag har stort förtroende för den, **1 st**
- Information om trafikflödet, **1 st**
- Information om att inte sänka farten, **1 st**
- Kul skylt som livar upp, **1 st**
- Lättläst, **1 st**

- Viktig information på den, **1 st**
- Rätt placerad, **1 st**
- Syns tydligt vilket är bra när det visas trafikinformation, **1 st**
- Stör inte trafiken, **1 st**
- Trafiksäkerhetsinformation, **1 st**
- Varierad information, **1 st**
- Visar både reklam och trafikinformation, **1 st**

Vad är mest negativt med skylten?

Helenelund

- Bländande/för ljus, **31 st**
- Tar för mycket uppmärksamhet från trafiken, **18 st**
- Störande, **9 st**
- Trafikfara, **6 st**
- Vill se trafikinformation - inte reklam och så vidare, **4 st**
- Reklam, **4 st**
- Ljuset flashar till - man blir rädd, **3 st**
- Rörlig, **2 st**
- Förfular samhället, **1 st**
- För nykörare, **1 st**
- Placeringen, **1 st**
- Skarpa färger, **1 st**
- Stor, **1 st**
- Står ivägen, **1 st**
- Står ivägen för naturen, **1 st**
- Stör bilkörningen - speciellt backspeglarna, **1 st**

Fredhäll

- Distraherande/tappar fokus, **23 st**
- Trafikfarlig, **10 st**
- Gillar inte reklam, **6 st**
- Ljuset är för skarpt/starkt, **4 st**
- Malplacerad, **3 st**
- Dålig upplösning/bildkvalité, **2 st**
- För stor, **2 st**
- Att den inte syns i direkt solljus, **1 st**
- Att den borde sitta i mitten så man kan se den från alla filer, **1 st**
- Att den sitter på ett tokigt ställe när det inte är trafikinformation den ger, **1 st**
- Att det kan bli påträngande i landskapet, visuell nedskräpning, **1 st**
- Den sitter på fel ställe, filerna övergår till heldragen linje, **1 st**
- Det är så mycket trafik att man aldrig hinner titta på den, **1 st**
- Den kunde ha varit större, **1 st**
- Det finns redan så många, **1 st**
- För iögonfallande precis innan tunneln, **1 st**
- Nedskräpande reklam, **1 st**
- När man ser meddelandet om att det är mycket köer, **1 st**
- När det är för kallt går den sönder och det blir väldigt distraherande för trafiken, **1 st**
- Om det inte är kö så tittar man på den istället för trafiken, **1 st**
- Onödig, **1 st**
- Ska inte vara reklam vid vägen, **1 st**
- Skyltens budskapsgivare har inte varit bra, **1 st**
- Skylten är för stor och det finns för många skyltar på Essingeleden, **1 st**
- Sitter för lågt, **1 st**

Bredäng

- Distraherande/tar koncentrationen från vägen, **20 st**
- Risk för att distrahera trafikanterna, **4 st**
- Rörlig/växlar, **4 st**
- Starkt ljus/sken, **3 st**
- Trafikfarlig, **2 st**
- Bländar, **2 st**
- Den är ful, **2 st**
- Reklamen, **2 st**
- Borde kanske hinna med fler meddelanden på skylten, **1 st**
- Endast för trafikinformation och ej reklam, **1 st**
- Färgerna är för starka, **1 st**
- För liten, **1 st**
- Ibland är informationen inte uppdaterad, **1 st**
- Ljuset stör på vintern, **1 st**
- Ljusstark, **1 st**
- Man får inte skriva att Stockholm är Skandinaviens huvudstad, **1 st**
- Sms:ar eller pratar telefon, har inte tid att läsa skyltar, **1 st**
- Växlar för snabbt så man inte hinner läsa, **1 st**

Järva krog

- Distraherande/tar koncentrationen från vägen, **50 st**
- Bländar, **18 st**
- Trafikfara, **8 st**
- Rörliga bilder stör, **6 st**
- Den kan distrahera, **4 st**
- Störande, **4 st**
- Bländar/stör när det är mörkt, **3 st**
- En ovan bilförare kan lätt tappa kontrollen, **2 st**
- Ful, **2 st**
- För stor, **2 st**
- Reklamen, **2 st**
- Stör trafiken, **2 st**
- Att det ska vara reklam längs vägen, **1 st**
- Att den visar distraherande reklam, **1 st**
- Att den står där och att det är Vägverket som äger den, de ska inte hålla på med sånt, **1 st**
- Blinkar väldigt mycket, **1 st**
- Den står där och lyser en massa dumma budskap, **1 st**
- Den växlar så fort mellan olika reklamer att det stör, **1 st**
- Den tar mycket uppmärksamhet eftersom den är stor, **1 st**
- Den stör koncentrationen i trafiken, särskilt i backspegeln, **1 st**
- Den blinkar och jag uppfattar det som ett utryckningsfordon, **1 st**
- Den drar ström, **1 st**
- Den kan distrahera på grund av färgerna, **1 st**
- Det är ofta köer och det är lätt att köra på bilen framför, **1 st**
- Distraherar lite, **1 st**
- Dåligt placerad där det ofta är köstopp. Solbländar på våren vilket är farligt, **1 st**
- Extremt negativt; konstigt med reklam vid Stockholms värsta "trafikhål", **1 st**
- Ibland mycket text på skylten så man tappar fokus på trafiken, **1 st**
- Man kan bli överraskad av den, **1 st**
- Onödig information, **1 st**
- Orsakar köer, **1 st**
- Skylten syns dåligt när vi ligger i vänsterfilen, **1 st**
- Starka kontraster märks mer nu i höstmörkret, **1 st**

2.4 Skyltens påverkan på egen bilkörning

Bas: De som har kört bil på den aktuella sträckan och uppmärksammat skylten (480 st)

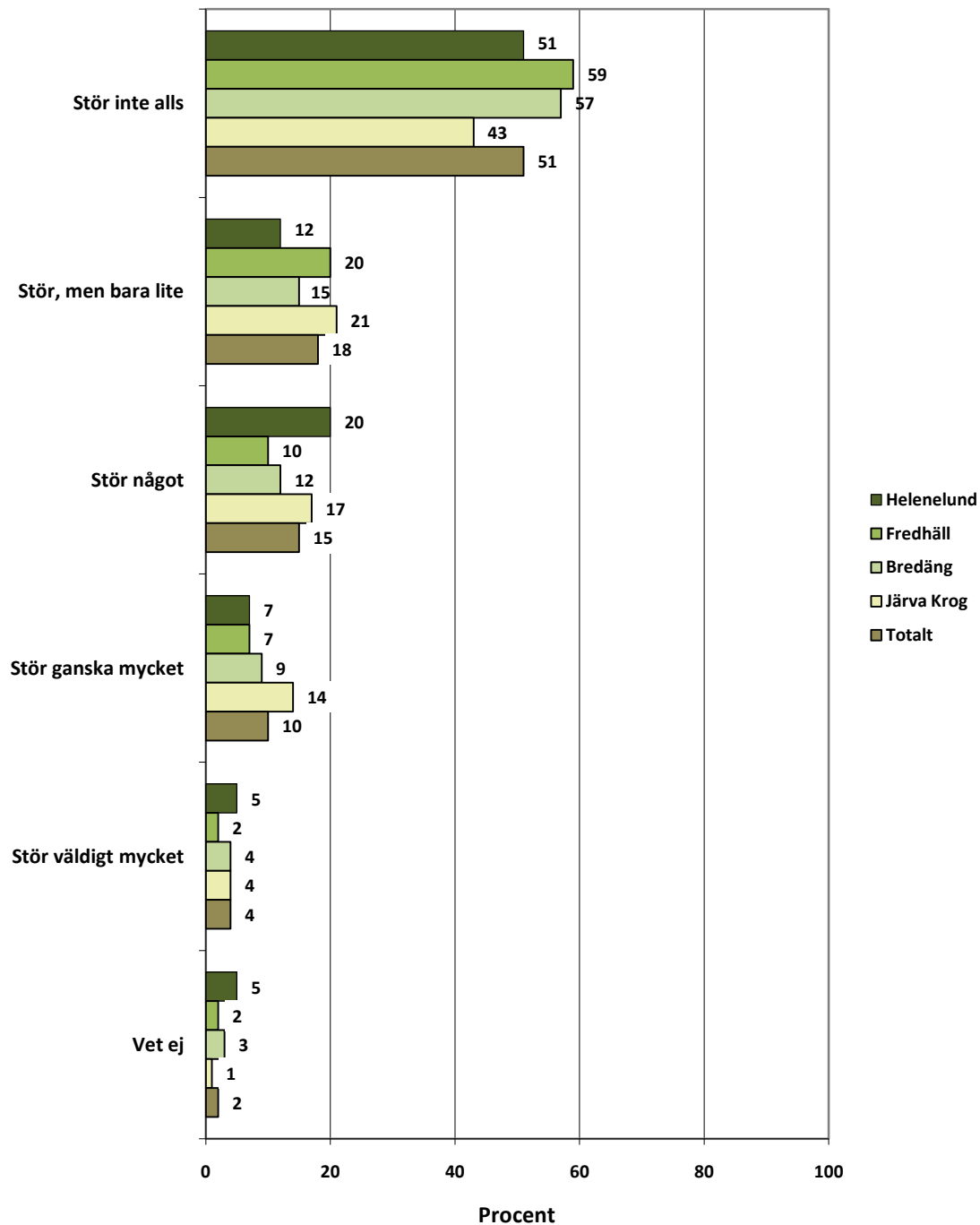


Fig. 2.4 "I vilken grad upplever du att skylten, när du passerar, påverkar/stör din egen bilkörning?" (Fråga 4)

Hälften av de tillfrågade upplever att skylten inte stör alls medan den andra hälften upplever att skylten stör i någon grad på skalan "bara lite" till "väldigt mycket". Andelen som upplever att den stör ganska eller väldigt mycket är 14%. Det är något fler som upplever skylten som störande vid Järva krog.

Det som stör är främst att man upplever att man tittar på skylten istället för trafiken, att den är distraherande. En del tycker också att den är bländande och alltför ljusstark.

Tabell 2.3– Jämförelse med mätningen som genomfördes 2009

Jämförelsetabell				
	Helenelund		Fredhäll	
	2009	2010	2009	2010
Stör inte alls	45%	51%	53%	59%
Stör, men bara lite	21%	12%	16%	20%
Stör något	17%	20%	17%	10%
Stör ganska mycket	8%	7%	5%	7%
Stör väldigt mycket	9%	5%	7%	2%
Vet ej	0%	5%	2%	2%

Andelen som upplever att skylten är störande har sjunkit med några procentenheter både i Helenelund och Fredhäll och andelen som inte alls tycker att den är störande har ökat med 6 procentenheter vid båda skyltarna.

Tabell 2.4 – Vilken inställning till skylten har de som uppfattat att visades reklambudskap (enligt fråga 8)

Bas: De som uppfattat reklambudskap					
	Helenelund	Fredhäll	Bredäng	Järva krog	Totalt
Stör inte alls	49%	54%	34%	30%	43%
Stör, men bara lite	10%	23%	22%	25%	19%
Stör något	23%	11%	16%	20%	18%
Stör ganska mycket	8%	11%	16%	19%	13%
Stör väldigt mycket	5%	0%	9%	5%	4%
Vet ej	5%	1%	3%	1%	3%

Även när det gäller hur störande man upplever att skylten är ökar andelen som tycker så bland de som uppfattat att skylten visar reklambudskap.

Om den stör, på vilket sätt?

Helenelund

- Bländande, **6 st**
- Tar mycket uppmärksamhet, **5 st**
- Lyser för starkt i mörker, **2 st**
- Bara första gångerna, **1 st**
- Bra om det är information, dumt om det är reklam, **1 st**
- Distraherande från andra skyltar, **1 st**
- Jag är emot sådana skyltar och tittar automatiskt inte på dem, **1 st**
- Rörliga bilder, **1 st**
- Sitter helt fel, ska sitta rakt fram så man kan titta naturligt på skärmen, **1 st**

Fredhäll

- Distraherande/tappar fokus, **30 st**
- Den sänder ut olika/rörliga budskap som gör att man blir distraherad från trafiken, **3 st**
- Ljusstark, **3 st**
- Fastnar lite med blicken, **2 st**
- Trafikfarlig, **2 st**
- Distraherar till en viss del eftersom jag lagt märke till skylten, **1 st**
- För mycket information på en och samma gång, **1 st**
- Informationen ska vara från Vägverket, då fyller den en funktion, **1 st**
- Malplacerad, **1 st**
- Man måste komma så nära den, **1 st**
- Man får koncentrera sig på att inte titta på den, **1 st**
- Skulle jag åka på väg 278 så påverkar det mig mycket om jag är på väg åt det hållet, **1 st**
- Skylten är ljusstark och färgglad, **1 st**
- Stör innan tunneln, **1 st**

Bredäng

- Distraherande/tar koncentrationen från vägen, **21 st**
- Bländar, **3 st**
- Om det kommer för många meddelanden för snabbt stör det, **2 st**
- I början upplevs den som väldigt färgstark och det stör, **1 st**
- Risk för att distrahera trafikanterna, **1 st**
- Stör några gånger innan man har vant sig, **1 st**
- Trafikfarlig, **1 st**
- Ögonen dras till skärmen, **1 st**

Järva krog

- Distraherande/tar koncentrationen från vägen, **56 st**
- Bländar, **20 st**
- Ögonen dras automatiskt till den, **12 st**
- Distraherande när skylten växlar bild/ har rörliga bilder, **10 st**
- Distraherar vilket inte är bra i tättrafik, **3 st**
- Man kan köra på någon på grund av skylten, **3 st**
- Jag gillar inte för mycket skyltar utmed vägen, **2 st**
- Bara att den sitter där, **1 st**
- Den är stor, **1 st**
- Den ger mig ingenting, **1 st**
- Den ändrar färg kraftigt, **1 st**
- Den stör främst i backspeglarna, jag tror ibland att det är ett uttryckningsfordon som kommer, **1 st**
- Jag hoppar till, **1 st**
- Man kan tro att man blir fotad av en trafipax-kamera, **1 st**
- Man ser den på långt håll och försöker börja läsa, **1 st**
- Reklamen distraherar, **1 st**
- Trafikfarlig, **1 st**
- Trafikinformationen är bra och viktig men reklamen är störande och distraherar, **1 st**

2.5 Skyltens påverkan på medtrafikanter bilkörning

Bas: De som har kört bil på den aktuella sträckan och uppmärksammat skylten (480 st)

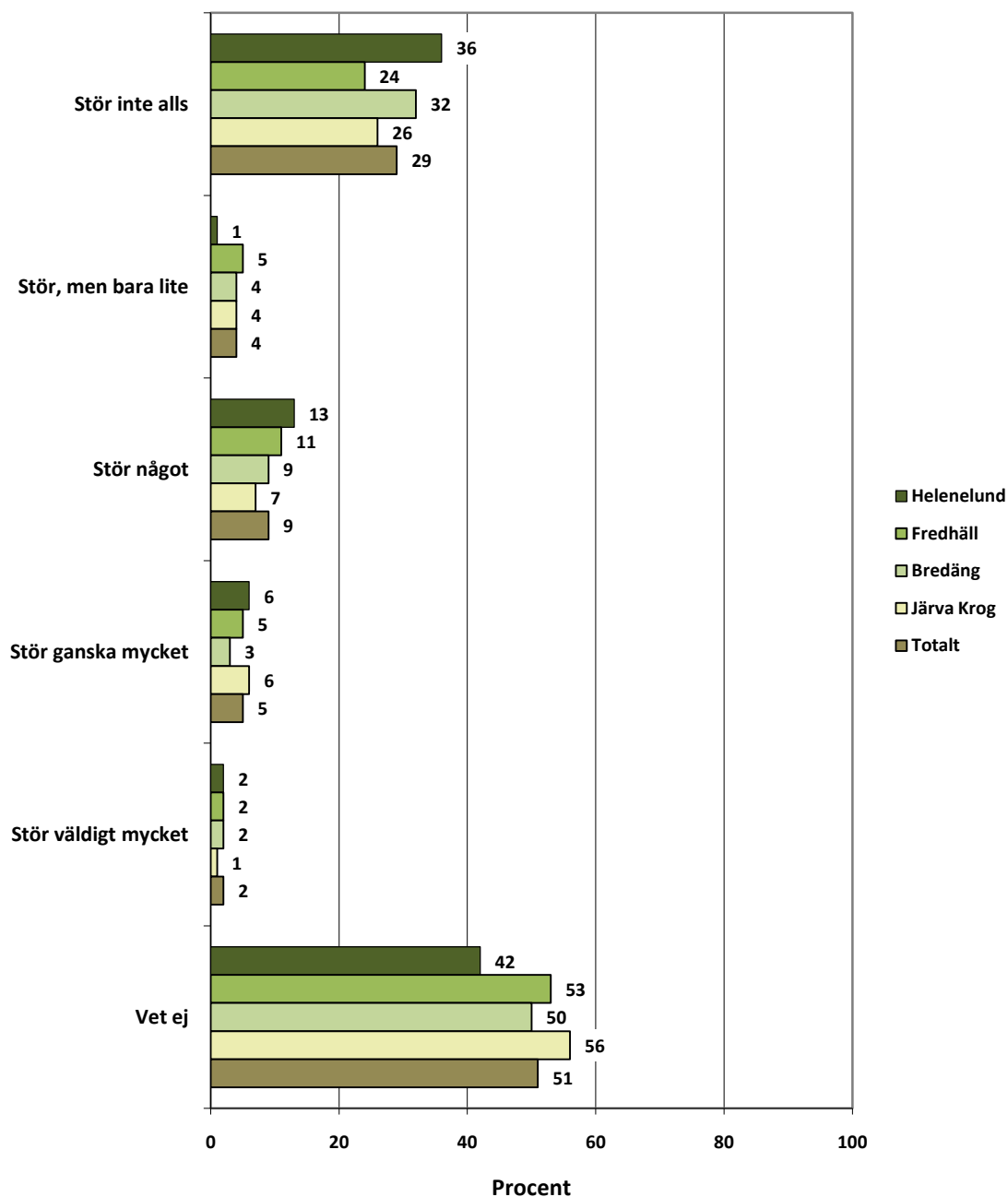


Fig. 2.5 "I vilken grad upplever du att skylten, när dina medtrafikanter passerar, påverkar/stör deras bilkörning?" (Fråga 5)

Många tycker det är svårt att ta ställning till frågan men bland de som tar ställning liknar resultatet i stort det som gällde för den egna bilkörningen. Något mer än hälften bland de som tagit ställning upplever att skylten inte stör medtrafikanterna alls medan knappt den andra hälften upplever att skylten stör medtrafikanterna i någon grad på skalan "bara lite" till "väldigt mycket". Precis som när det gäller den egna upplevelsen är det vanligaste att man upplever att medtrafikanterna tycker att skyltarna är distraherande och tar uppmärksamhet från bilkörningen.

Tabell 2.5– Jämförelse med mätningen som genomfördes 2009

Jämförelsetabell				
	Helenelund		Fredhäll	
	2009	2010	2009	2010
Stör inte alls	30%	36%	37%	24%
Stör, men bara lite	6%	1%	6%	5%
Stör något	7%	13%	11%	11%
Stör ganska mycket	4%	6%	4%	5%
Stör väldigt mycket	6%	2%	6%	2%
Vet ej	47%	42%	36%	53%

Andelen som upplever att skylten inte är störande alls för medtrafikanterna har ökat med några procentenheter i Helenelund. I Fredhäll är det framförallt andelen som inte kan ta ställning som har ökat. Om man räknar bort de som svarat vet ej från basen och bara tar hänsyn till de som tagit ställning i frågan är svaren i stort på samma nivå som vid förra årets mätning.

Tabell 2.6 – Vilken inställning till skylten har de som uppfattat att det visades reklambudskap (enligt fråga 8)

Bas: De som uppfattat reklambudskap					
	Helenelund	Fredhäll	Bredäng	Järva krog	Totalt
Stör inte alls	35%	26%	25%	20%	27%
Stör, men bara lite	0%	4%	3%	5%	3%
Stör något	13%	14%	10%	7%	11%
Stör ganska mycket	6%	8%	6%	8%	7%
Stör väldigt mycket	2%	0%	3%	1%	2%
Vet ej	44%	48%	53%	59%	50%

Resultatet för de som uppfattat att det visas reklambudskap på skylten är i stort detsamma som för övriga.

Om den stör, på vilket sätt?

Helenelund

- Tar för mycket uppmärksamhet, **2 st**
- Folk kör långsammare för att se skylten, **1 st**
- Kan vara en trafikfara för bilister som åker där och är ovana, jag har upplevt många som kör vingligt där, **1 st**
- Folk som inte är vana blir störda, **1 st**

Fredhäll

- Distraherande/tappar fokus, **9 st**
- Den lyser för mycket, **2 st**
- Man fastnar med blicken om man ser den för första gången, **2 st**
- Alla budskapen som kommer, **1 st**
- Den är för iögonfallande och folk fattar intresse för den, **1 st**
- Det är ofta kökrockar längs sträckan vilket tyder på uppmärksamhet, **1 st**
- För en ovan bilförare kan det vara en trafikfara, **1 st**
- Just att man ska läsa färdigt vad som står och där är det ganska mycket trafik så jag tror inte det är så bra, **1 st**
- Ofta köbildning vid skylten på grund av att den stör, **1 st**
- Skarpa färger, **1 st**
- Trafikanterna kommer inte igång samtidigt som trafiken kommer igång från att stått stilla, **1 st**
- Skylten distraherar vilket gör att många bromsar in vid skylten, **1 st**
- Visar inte trafikinformation som den gör i Alvik och Farsta, trafikinformation är mer relevant än reklam, **1 st**

Bredäng

- Distraherande/tar koncentrationen från vägen, **6 st**
- Den drar till sig uppmärksamhet vilket gör att en del bilförare tappar koncentrationen, men det är inget stort problem, **1 st**
- En del blir distraherade av skylten, **1 st**
- Folk saktar ner lite extra, **1 st**
- Har upplevt att medtrafikanter blivit okoncentrerade på grund av skylten och har varit nära att bli påkörd på grund av detta, **1 st**
- Kan distrahera men ofta är det köer vilket gör problemet litet, **1 st**

Järva krog

- Distraherande/tar koncentrationen från vägen, **14 st**
- Folk bromsar tvärt eller konstigt, **4 st**
- Kan blända i mörker, **2 st**
- Temposäkning, **2 st**
- Allt som distraherar är dåligt tycker jag, **1 st**
- Bildas kö på grund av den, **1 st**
- Bländar, **1 st**
- Bländar i mörker, **1 st**
- Distraherar, speciellt för bilförare som inte är vana att köra där, **1 st**
- Efter skylten flyter trafiken på bättre, **1 st**
- Ingen vågade ligga i högerfilen, **1 st**
- Kan vara distraherande, **1 st**
- Man tappar fokus - häromdagen var det en påkörningsolycka vid skylten, **1 st**
- Man kan köra på någon på grund av skylten, **1 st**
- Många saktar in för att läsa på skylten, **1 st**
- Om man är ovan bilförare kan man bli påverkad negativt, **1 st**
- Om man ska svänga och istället tittar på skylten, barn i bilen som kräver uppmärksamhet, för mycket att tänka på, **1 st**
- Trafikfarligt, **1 st**

2.6 Skyltens placering

Bas: De som har kört bil på den aktuella sträckan och uppmärksammat skylten (480 st)

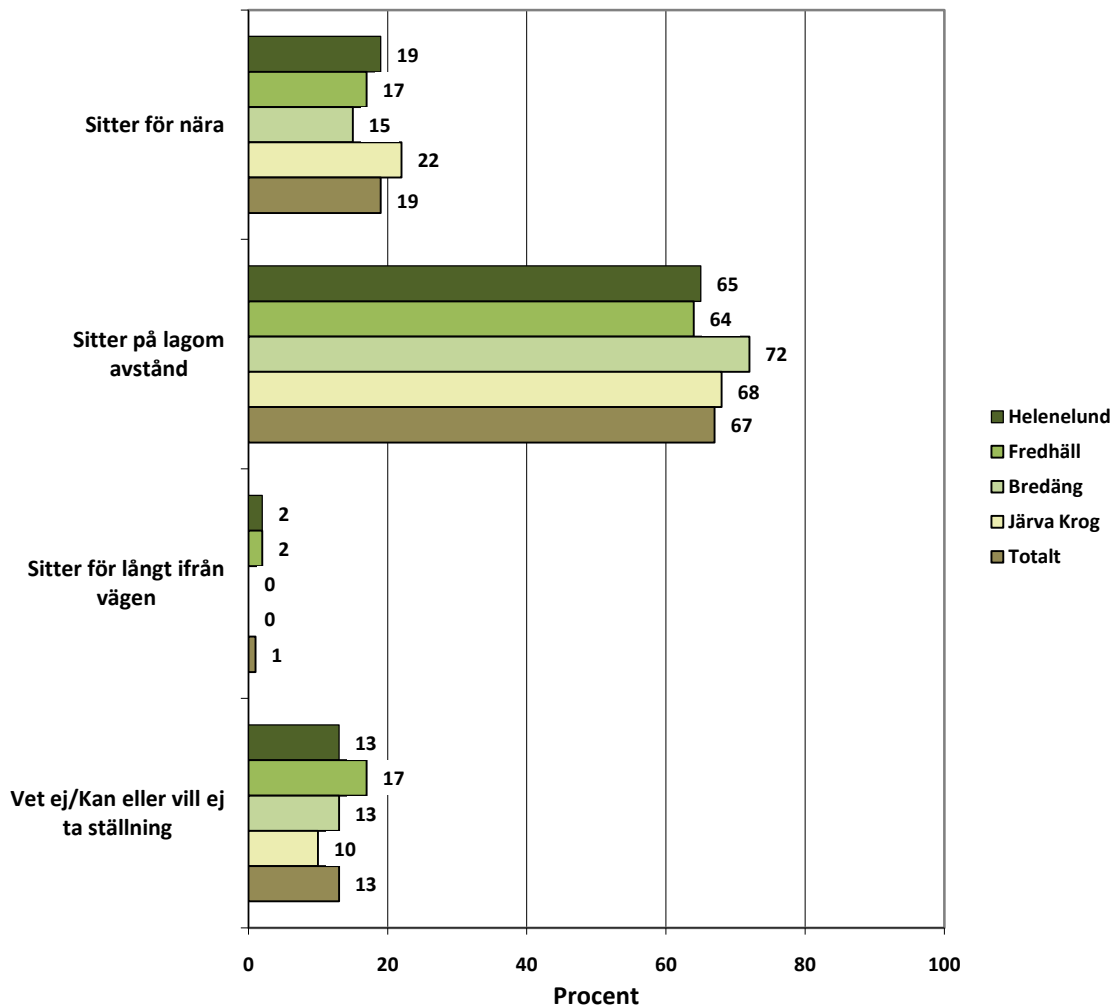


Fig. 2.6 "Om du tänker på skyltens avstånd till vägen. Tycker du att den sitter för nära, är på ett lagom avstånd eller sitter för långt ifrån vägen?" (Fråga 6)

Majoriteten tycker att skylten sitter på ett lagom avstånd till vägen och 19% tycker att den sitter för nära. En något större andel, 22%, tycker att skylten sitter för nära vid Järva krog medan en något lägre andel, 15%, tycker att den sitter för nära vid Bredäng.

Tabell 2.7– Jämförelse med mätningen som genomfördes 2009

Jämförelsetabell				
	Helenelund		Fredhäll	
	2009	2010	2009	2010
Sitter för nära	19%	19%	26%	17%
Sitter på lagom avstånd	65%	65%	64%	64%
Sitter för långt ifrån vägen	2%	2%	2%	2%
Vet ej	14%	14%	8%	17%

Siffrorna är oförändrade bland de som passerat vid Helenelund. Bland de som passerat vid Fredhäll är det i år något färre som tycker att den sitter för nära. Istället är det en större andel som inte tycker att de kan svara på frågan.

Tabell 2.8 – Vilken inställning till skylten har de som uppfattat att det visades reklambudskap (enligt fråga 8)

Bas: De som uppfattat reklambudskap					
	Helenelund	Fredhäll	Bredäng	Järva krog	Totalt
Sitter för nära	22%	21%	25%	29%	24%
Sitter på lagom avstånd	67%	65%	63%	63%	65%
Sitter för långt ifrån vägen	1%	2%	0%	0%	1%
Vet ej	10%	12%	12%	8%	10%

Bland de som uppfattat att skylten visar ett reklambudskap är det en större andel, 24%, som upplever att den sitter för nära vägen.

2.7 Skyltens påverkan av annan trafikinformation

Bas: De som har kört bil på den aktuella sträckan och uppmärksammat skylten (480 st)

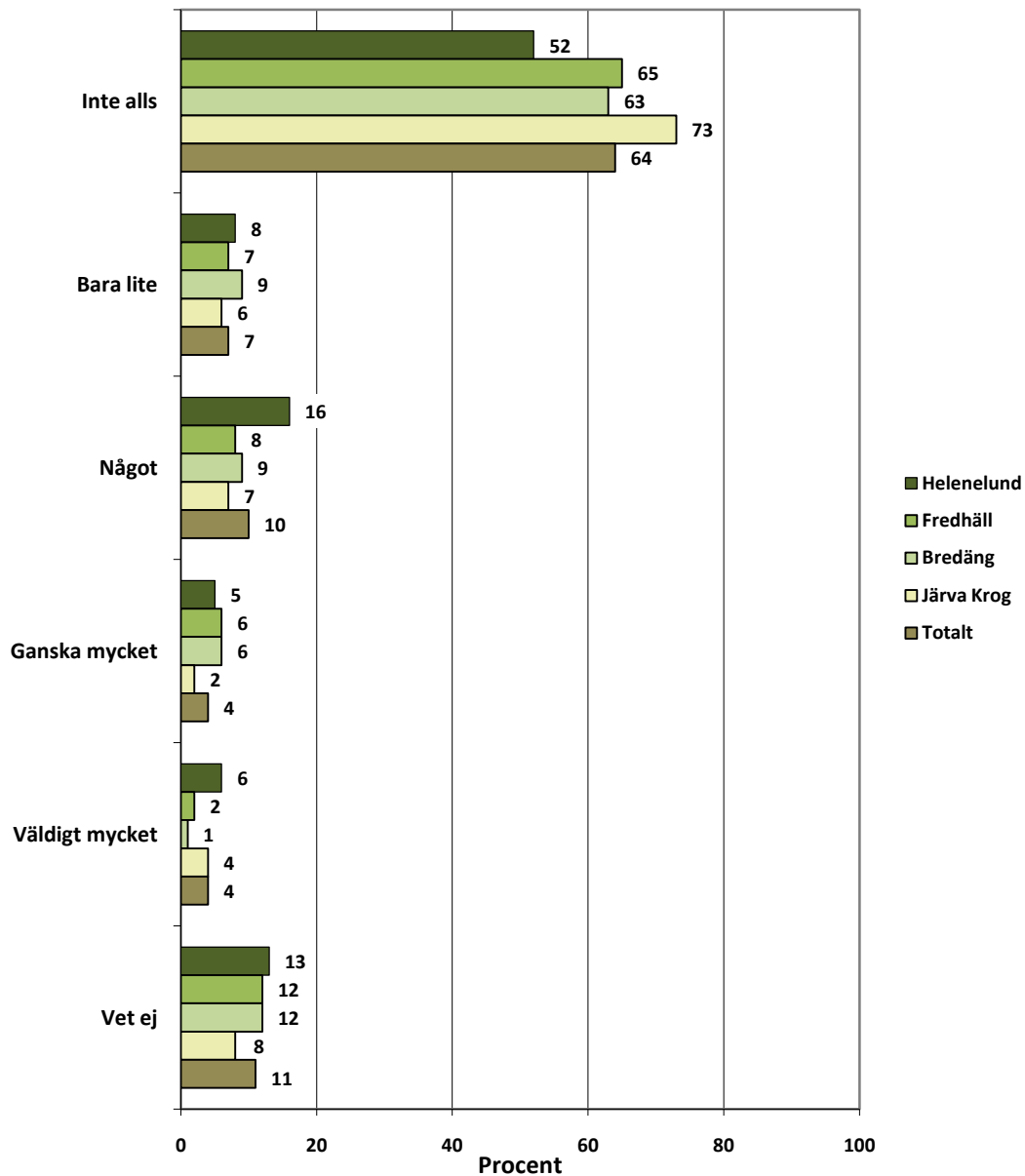


Fig. 2.7 ” Om du tänker på skyltens placering i förhållande till andra skyltar längs vägen. Påverkar skylten hur du hinner uppfatta vägvisning och annan typ av trafikinformation? ”(Fråga 7)

Majoriteten, 64%, upplever att skylten inte alls påverkar hur de hinner uppfatta vägvisning och annan typ av trafikinformation. Ungefär var fjärde upplever att skylten påverkar uppfattningsförmågan på skalan ”bara lite” till ”väldigt mycket”. 8% upplever att den påverkar hur man hinner uppfatta vägvisning och annan trafikinformation ganska eller väldigt mycket. Fler upplever att det påverkar uppfattningen av trafikinformationen vid Helanelund och färre upplever att så är fallet vid Järva krog.

Tabell 2.9– Jämförelse med mätningen som genomfördes 2009

Jämförelsetabell				
	Helenelund		Fredhäll	
	2009	2010	2009	2010
Inte alls	66%	52%	56%	65%
Bara lite	5%	8%	6%	7%
Något	7%	16%	14%	8%
Ganska mycket	4%	5%	7%	6%
Väldigt mycket	8%	6%	7%	2%
Vet ej	10%	13%	10%	12%

I en jämförelse med 2009 års mätning går resultaten i två riktningar. Vid Helenelund är det i år fler som upplever att skylten stjäl uppmärksamhet från annan trafikinformation medan det vid Fredhäll är färre. Förändringarna på runt 10%-enheter är ungefär lika stora på båda ställena och kan ju därför totalt sägas ta ut varandra.

Tabell 2.10 – Vilken inställning till skylten har de som uppfattat att det visades reklambudskap (enligt fråga 8)

Bas: De som uppfattat reklambudskap					
	Helenelund	Fredhäll	Bredäng	Järva krog	Totalt
Inte alls	52%	65%	50%	70%	61%
Bara lite	9%	8%	13%	8%	9%
Något	16%	8%	13%	7%	11%
Ganska mycket	6%	7%	9%	1%	5%
Väldigt mycket	7%	3%	3%	5%	5%
Vet ej	10%	9%	12%	9%	9%

Generellt upplever något fler av de som uppfattat att skylten visar ett reklambudskap att den påverkar möjligheten att uppfatta annan trafikinformation.

Om den påverkar, på vilket sätt?

Helenelund

- Tar fokus från varningsskyltar och viktig information, **2 st**
- Tar för mycket uppmärksamhet, **2 st**
- Det är förvånande att de får sättas upp med tanke på nollvisionen, **1 st**
- Rörliga bilder passar inte på stället, **1 st**

Fredhäll

- Distraherande/tappar fokus, **10 st**
- Missar/kan missa andra skyltar, **9 st**
- Det är en heldragen linje precis innan tunneln börjar och det stör att skylten står just där, **2 st**
- Beroende på vilken fil man ligger i kan man brista lite i uppmärksamheten, **1 st**
- Distraherar till en viss del eftersom jag lagt märke till skylten, **1 st**
- Den är stor och syns, **1 st**
- Den är så stor att man tappar fokus, **1 st**
- Det blir automatisk att om du försöker fokuseringen på vägen blir den mindre relevant på grund av skylten, **1 st**
- Det finns tillräckligt många skyltar tätt placerade som ger tillräckligt med information även om man missar en skylt, **1 st**
- Färgerna och rörligheten, **1 st**
- Kan blandas ihop med Vägverkets informationsskyltar, **1 st**
- Malplacerad, den ska vara över vägen istället för vid sidan eftersom man måste vrida blicken i nuläget och tappar fokus, **1 st**
- Onödig skylt, **1 st**

Bredäng

- Distraherande/tar koncentrationen från vägen, **7 st**
- Det blir många skyltar att hålla reda på samtidigt, **1 st**
- Svår att ignorera, **1 st**
- Tar uppmärksamheten, men det är inget problem, **1 st**
- Tar uppmärksamheten på grund av att den lyser, **1 st**
- Tar uppmärksamheten, vilket gör att man missar andra skyltar, **1 st**
- Tittar hellre på den skylten än på vägvisningen, **1 st**

Järva krog

- Distraherande/tar koncentrationen från vägen, **7 st**
- Den stjälar uppmärksamhet från övriga skyltar, **6 st**
- Den stör för att den är rörlig, **4 st**
- Ögonen dras automatiskt till den, **4 st**
- Lyser för mycket/starkt, **3 st**
- Den döljer annat, **2 st**
- Står för nära vägen, **2 st**
- Det blir för mycket information, **1 st**
- Den sitter på en plats där mycket sker i trafiken, filbyte och påfart, **1 st**
- Den är för stor, **1 st**
- Jag tar blicken från framförvarande fordon, **1 st**
- Man uppmärksammar den på väldigt långt håll, **1 st**
- Man blir lite förvirrad, jag känner igen området, men nu var skylten ny och jag reagerade, jag åker inte här varje dag, **1 st**
- Man tittar på den och inte vägs skyltarna, **1 st**
- Man kan missa trafikinformation, **1 st**
- Om det händer en olycka så är det skylten man kör in i, **1 st**

2.8 Budskap

Bas: De som har kört bil på den aktuella sträckan och uppmärksammat skylten (480 st)

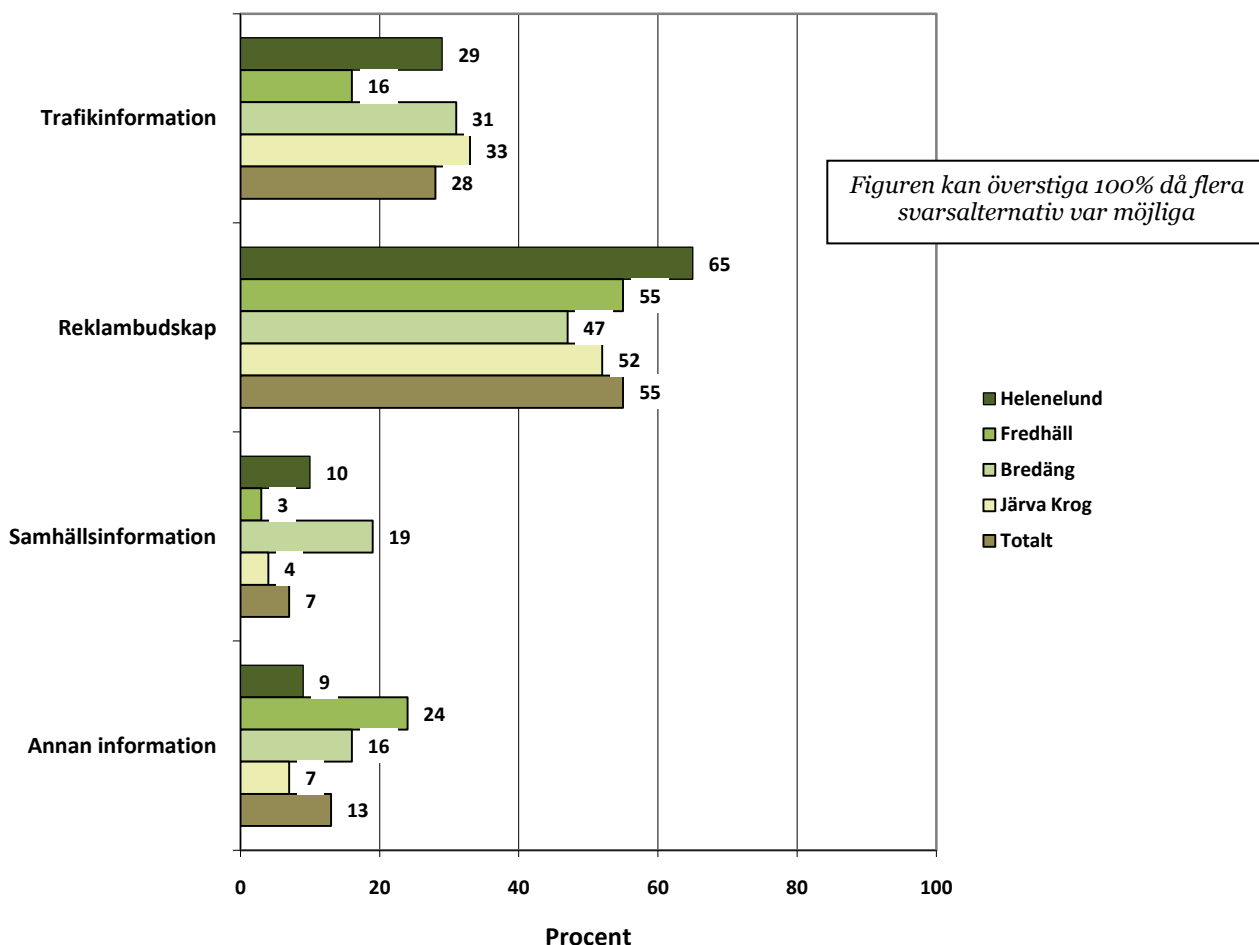


Fig. 2.8” Vilken typ av budskap uppfattar du visas på skylten? ”(Fråga 8)

Totalt har 55% uppfattat att skylten visar ett reklambudskap medan 28% uppfattar att det visas trafikinformation. Vid Helenelund har fler uppfattat reklambudskapen och vid Bredäng svarar en större andel att det visas samhällsinformation på skylten. I tabellen nedan kan vi se att det framförallt är fler som upplever att det visas trafikinformation på skylten. Vid Fredhäll är det en betydligt mindre andel som i år upplever att det visas reklambudskap på skylten.

Diagrammet och tabellen kan överstiga eller understiga 100% beroende på att den som är intervjuad kunnat ange flera budskap eller inget budskap alls om man inte sett något. Exempelvis har 55% sett reklambudskapet totalt sett vilket innebär att 45% inte uppfattat ett sådant.

Tabell 2.11– Jämförelse med mätningen som genomfördes 2009

Jämförelsetabell %				
	Helenelund		Fredhäll	
	2009	2010	2009	2010
Trafikinformation	13%	29%	10%	16%
Reklambudskap	63%	65%	75%	55%
Samhällsinformation	3%	10%	3%	3%
Annan information	8%	9%	2%	24%

Annat budskap:

Helenelund

-Fotografi Anne Livovic, **1 st**

Fredhäll

-Blandat, olika reklambudskap, **1 st**

-Ingen viktig information som gäller trafiken, **1 st**

-Naturbild, inte läst något budskap på den, **1 st**

Bredäng

-Nöjesevenemang, **1 st**

-Några vackra blommor, **1 st**

Järva krog

-Allmän information, **1 st**

-Bilbälteskampanj, **1 st**

-Företag som äger skylten, **1 st**

-Hur lång tid det tar att cykla in till centralen, **1 st**

-Information om Solna, **1 st**

-Konstutställning, en blomma visas, **1 st**

-Mässa, **1 st**

2.9 Avsändare

Bas: De som har kört bil på den aktuella sträckan och uppmärksammat skylten (480 st)

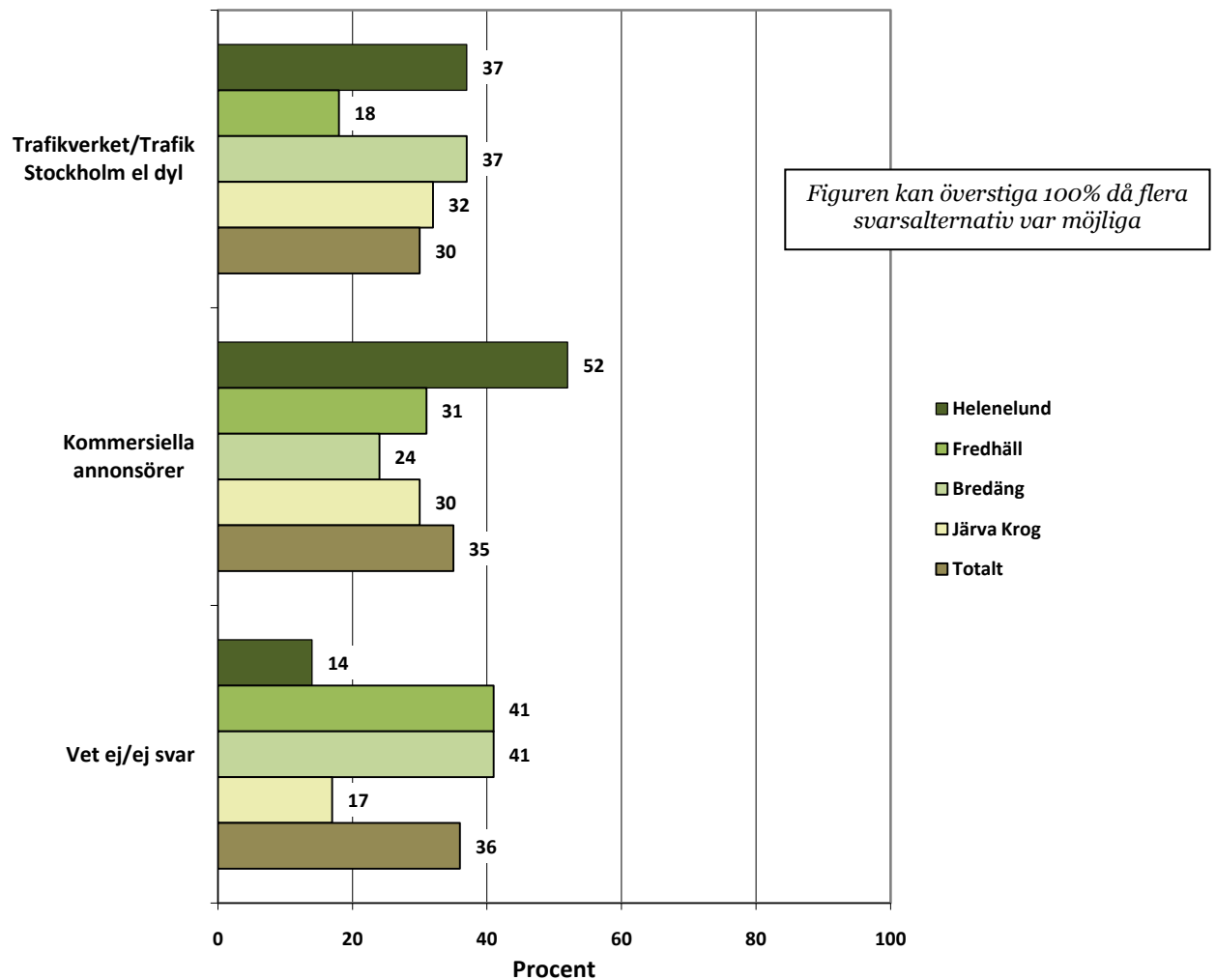


Fig. 2.9 "Vad är det för typ av avsändare som står bakom informationen?" (Fråga 9)

En relativt stor andel, 36%, kan inte ange avsändare men de flesta som tar ställning uppger att det är en kommersiell annonsör. Ungefär var tredje tillfrågad tror, att det handlar om trafikinformation från Vägverket, Trafik Stockholm e dyl.

Tabell 2.12– Jämförelse med mätningen som genomfördes 2009

Jämförelsetabell %				
	Helenelund		Fredhäll	
	2009	2010	2009	2010
Trafikverket	10%	37%	11%	18%
Kommersiell annonsör	42%	52%	53%	31%
Vet ej/ej svar	48%	14%	36%	41%

Framförallt är det fler som i år har uppfattat Trafikverket som avsändare men vid Helenelund även att det är en kommersiell annonsör. Vid Fredhäll är det i år fler som inte uppfattat avsändaren och framförallt färre som uppfattat att det är en kommersiell annonsör.

Tabell 2.13 – Vem är avsändare av budskapet enligt de som uppfattat att det visades reklambudskap (enligt fråga 8)

Bas: De som uppfattat reklambudskap					
	Helenelund	Fredhäll	Bredäng	Järva krog	Totalt
Trafikverket	32%	9%	19%	14%	19%
Kommersiell annonsör	72%	55%	50%	57%	60%
Vet ej/ej svar	16%	39%	34%	20%	25%

Eftersom detta är en indelning efter de som uppfattat att skylten visar ett reklambudskap är det naturligt att också en större andel uppger att en kommersiell annonsör är avsändare av de budskap som visas.

2.10 Skyltens vara eller icke vara

Bas: De som har kört bil på den aktuella sträckan och uppmärksammat skylten (480 st)

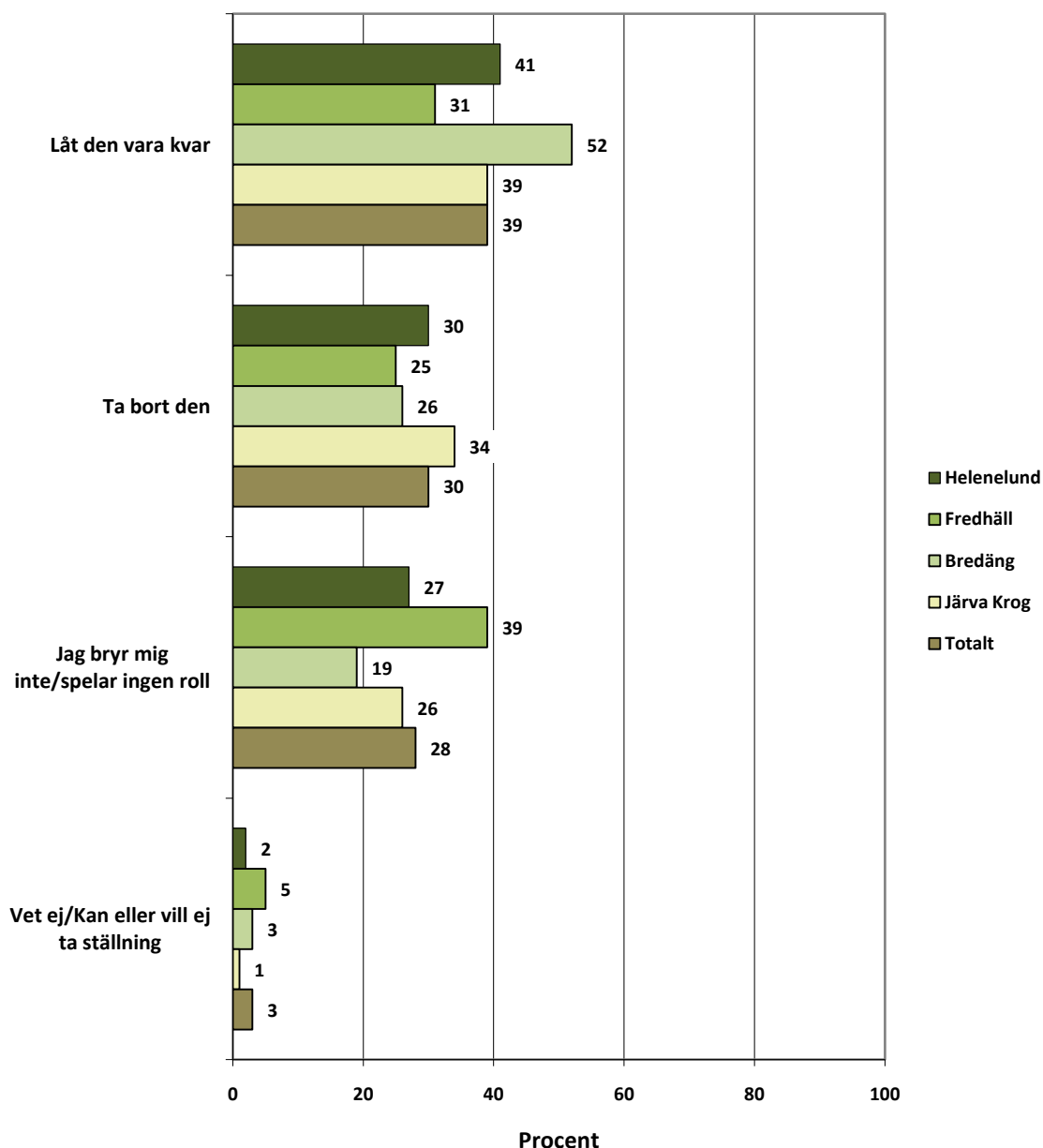


Fig. 2.10” Om du hade varit beslutsfattare från myndigheterna kring uppsättningen av denna skylt, hade du tyckt att man ska ta bort den, att den ska få vara kvar eller spelar det ingen roll för dig? ”(Fråga 10)

Av samtliga tycker 39% att skylten kan vara kvar, 30% vill ta bort den medan resterande 31% inte tycker att det spelar någon roll eller tar inte ställning. Den största andelen som är positiva till skylten, 52%, finns bland de som passerat vid Bredäng och störst andel som vill ta bort den, 34%, återfinns bland de som passerat skylten vid Järva krog.

Tabell 2.14– Jämförelse med mätningen som genomfördes 2009

Jämförelsetabell %				
	Helenelund		Fredhäll	
	2009	2010	2009	2010
Låt den vara kvar	36%	41%	22%	31%
Ta bort den	32%	30%	44%	25%
Jag bryr mig inte/spelar ingen roll	30%	27%	28%	39%
Vet ej/Kan eller vill inte ta ställning	2%	2%	6%	5%

I det som är jämförbart med förra året är det i år en större andel som tycker att man ska låta skylten vara kvar. Vid Fredhäll är det i år färre som tycker att man ska ta bort och istället framförallt fler som inte tycker att det spelar någon roll.

Tabell 2.15 – Vilken inställning till skylten har de som uppfattat att det visades reklambudskap (enligt fråga 8)

Bas: De som uppfattat reklambudskap					
	Helenelund	Fredhäll	Bredäng	Järva krog	Totalt
Låt den vara kvar	37%	29%	31%	28%	31%
Ta bort den	35%	35%	50%	46%	41%
Jag bryr mig inte/spelar ingen roll	26%	33%	19%	25%	26%
Vet ej/Kan eller vill inte ta ställning	2%	3%	0%	1%	2%

Av de som uppfattat att det är ett reklambudskap som visas är det enskilt vanligaste svaret att man vill ta bort skylten (41% av de som uppfattat att det visas ett reklambudskap).

Låt den vara kvar, motivera:

Helenelund

- Bra trafikinformation, **7 st**
- Bra och tydligt sätt att visa information, **7 st**
- Bara om det är trafikinformation, ingen reklam, **3 st**
- Om man sänker ljuset, **3 st**
- Bara den inte orsakar trafikfara, **1 st**
- Blir glad, **1 st**
- Bra för de som kommer från Arlanda, **1 st**
- Bra för Sverige, fram med fler, **1 st**
- Bra sätt att visa information på - fler sådana i Stockholm, **1 st**
- Bra information beroende på reklam, **1 st**
- Bra och modern, **1 st**
- Den stör inte, **1 st**
- Information om Kistamässan - bra information, **1 st**
- Inget fel med skylten, **1 st**
- Häftig, **1 st**
- Mer uppdaterat, **1 st**
- Minskar köer och olyckor, **1 st**
- Om man ändrar skärpan, **1 st**
- Om man inte visar reklam, dämpar ljuset och sätter den på en bättre plats, **1 st**
- Snabb information, **1 st**
- Skylta inte om småsaker, **1 st**
- Skylta inte om reklam, **1 st**
- Sparar på pappersmiljön, **1 st**
- Trevlig, **1 st**
- Underlättar, **1 st**
- Ändra ljuset och rörligheten, **1 st**

Fredhäll

- Den stör inte, **6 st**
- Utmärkt plats att kommunicera/informera, **4 st**
- Drar in pengar, **3 st**
- Mer trafikinformation och inte bara reklam, **3 st**
- Rolig, **3 st**
- Endast trafikinformation, **2 st**
- Något bra att titta på i köer, **2 st**
- Reklam är viktigt/bra, **2 st**
- Trevligt inslag i trafiken, **2 st**
- Bidrar med varningar och dylikt till min egen planering för min bilfärd, **1 st**
- Bra med information, **1 st**
- Bra med trafikinformation, **1 st**
- Bra att få information om Trafikverket, **1 st**
- Det händer någonting, de vägarna som är där är väldigt tråkiga, **1 st**
- Folk vänjer sig vid skylten och faran minskar, **1 st**
- Föränderlig, **1 st**
- Enstaka skyltar stör inte, **1 st**
- Genom att pengarna går till Vägverket, **1 st**
- Modern, **1 st**
- Om det genererar pengar till Stockholms stad, **1 st**
- Synlig, **1 st**
- Uppfyller snarare en funktion än stör, **1 st**
- Viktigt att få trafikinformation, **1 st**
- Är det rätt budskap så är det lättare att se den, **1 st**

Bredäng

- Bra sätt att nå ut med information, **8 st**
- Bra med trafikinformation, **5 st**
- Viktig information, **4 st**
- Ger information om trafiken, **3 st**
- Ger en liten färgklick, **2 st**
- Bara bra om det inte visas reklam, **2 st**
- Borde finnas text även på Engelska, **1 st**
- Bra sätt att nå ut med information till många människor och turister, **1 st**
- Bra information, **1 st**
- Bra så länge det inte är störande information, **1 st**
- Bra så länge det gäller enstaka skyltar och inte sätts upp flera likadana, **1 st**
- Bilderna är vackra att titta på, **1 st**
- Den är fin, **1 st**
- Drar in pengar, **1 st**
- Ej störande, **1 st**
- Enkla budskap, **1 st**
- Låt den stå kvar men var lite försiktig med vilket budskap ni sänder ut, **1 st**
- Roligare än andra skyltar, **1 st**
- Så länge den uppfyller sitt syfte så spelar det ingen roll, **1 st**
- Trevligt med information längs vägen, **1 st**
- Trevligt inslag, blir inte så kallt runt vägarna utan lite mer som en stad, **1 st**
- Viktigt med trafikinformation i området runt Stockholm, **1 st**

Järva krog

- Visar viktig/aktuell trafikinformation, **13 st**
- Om den har syftet att visa trafikinformation och inte reklam, **9 st**
- Bra sätt att få information, **8 st**
- Ger bra information, **7 st**
- Tydlig information, **6 st**
- Bra sätt att nå många med information, **5 st**
- Den stör inte, **4 st**
- Hjälper till att planera sin körning, **3 st**
- Skickar ut information snabbt, **3 st**
- Bra skylt, **3 st**
- Användbar, **2 st**
- Bra budskap, **2 st**
- Bra placering, **2 st**
- Tillför något, **2 st**
- Den borde göras om, det är för starkt ljus, **1 st**
- Den påminner folk om hur man ska köra, **1 st**
- Den är bra, **1 st**
- Det var häftigt, bättre än reklam på gatan, **1 st**
- Det kan ju knappast ha varit gratis att sätta upp den så den kan stå kvar, **1 st**
- Ett smart sätt att göra reklam på, som är ekologiskt och aktuellt, **1 st**
- Flytta den gärna lite längre bort eftersom den är så stor, **1 st**
- Folk måste lära sig att inte titta på den i rusningstrafik, **1 st**
- Kan vara bra på sikt, **1 st**
- Läckert med färger, **1 st**
- Något att titta på när man sitter i kö, **1 st**
- Rolig, **1 st**
- Roligare med sådana skyltar än pappersskyltar, **1 st**
- Skylten är bra men bilderna måste växlas långsammare, **1 st**
- Stor, **1 st**
- Syns tydligt, **1 st**
- Så länge inte folk kör ihjäl sig, **1 st**
- Sätt upp fler, **1 st**
- Visar reklam, **1 st**

Ta bort den, motivera:

Helenelund

- Trafikfarlig, **13 st**
- Bländar, **7 st**
- Tar uppmärksamheten från vägen, **4 st**
- Störande, **3 st**
- Den är i vägen, har redan så mycket reklam i Stockholm, **2 st**
- Det passar sig inte att ha reklam vid vägen, **2 st**
- Ser ingen anledning till att den ska vara där, **2 st**
- Behöver inte ha den, **1 st**
- Felplacerad, ska sitta rakt fram, **1 st**
- Onödig, **1 st**
- Om man inte ändrar ljuset bör den tas bort, **1 st**
- Stör och rörlig, **1 st**
- Trött på reklam och ljus och rörelser över allt, **1 st**

Fredhäll

- Distraherande/störande, **17 st**
- Trafikfara, **9 st**
- Endast för trafikinformation, ej reklam, **6 st**
- Malplacerad, **3 st**
- Distraherande när den byter ljus, **1 st**
- Reklam är inte nödvändigt, **1 st**
- Reklam ska inte sitta vid vägen, **1 st**
- Stör mer än ger praktisk nytta, **1 st**
- Stör rent estetiskt, det är för vackert där den sitter, **1 st**

Bredäng

- Distraherande/tar koncentrationen från vägen, **12 st**
- Trafikfara, **4 st**
- Reklam hör inte hemma i trafiken, **2 st**
- Skylden stör trafiken, **2 st**
- Det är som en reklamskylt, **1 st**
- Hör hemma på parkeringsplatser, **1 st**

Järva krog

- Distraherande/tar bort koncentrationen från vägen, **33 st**
- Trafikfarlig, **11 st**
- Stör trafikrytmen, **3 st**
- Om den visar trafikinformation och inte reklam, **3 st**
- Bländar, **2 st**
- Dämpa ljuset, **2 st**
- Olämpligt med reklam längs motorvägen, **2 st**
- Olämpligt med sådana skyltar längs motorvägen, **2 st**
- Sitter för nära vägen, **2 st**
- Bländar i mörker, **1 st**
- Det är för mycket skyltar, **1 st**
- Det känns som att den är en fara eftersom förare tittar på skylten, **1 st**
- Det är inga nyheter som presenteras på skylten, **1 st**
- Den är väldigt framträdande, **1 st**
- Flytta den eftersom den nu sitter på ett av Stockholms trafiktätaste ställen, **1 st**
- Jag trodde man hade gjort en undersökning som visat att det inte är bra med sådana skyltar, **1 st**
- Helt ovidkommande för trafiken, **1 st**
- Olämpligt med stora skyltar längs motorvägen, **1 st**
- Olämpligt med distraktioner längs motorvägen, **1 st**
- Om den är till nytta för allmänheten, **1 st**
- Rörligt budskap stör, **1 st**
- Ta bort den, **1 st**

2.11 Passering av skylten i mörker

Bas: De som har kört bil på den aktuella sträckan (702 st)

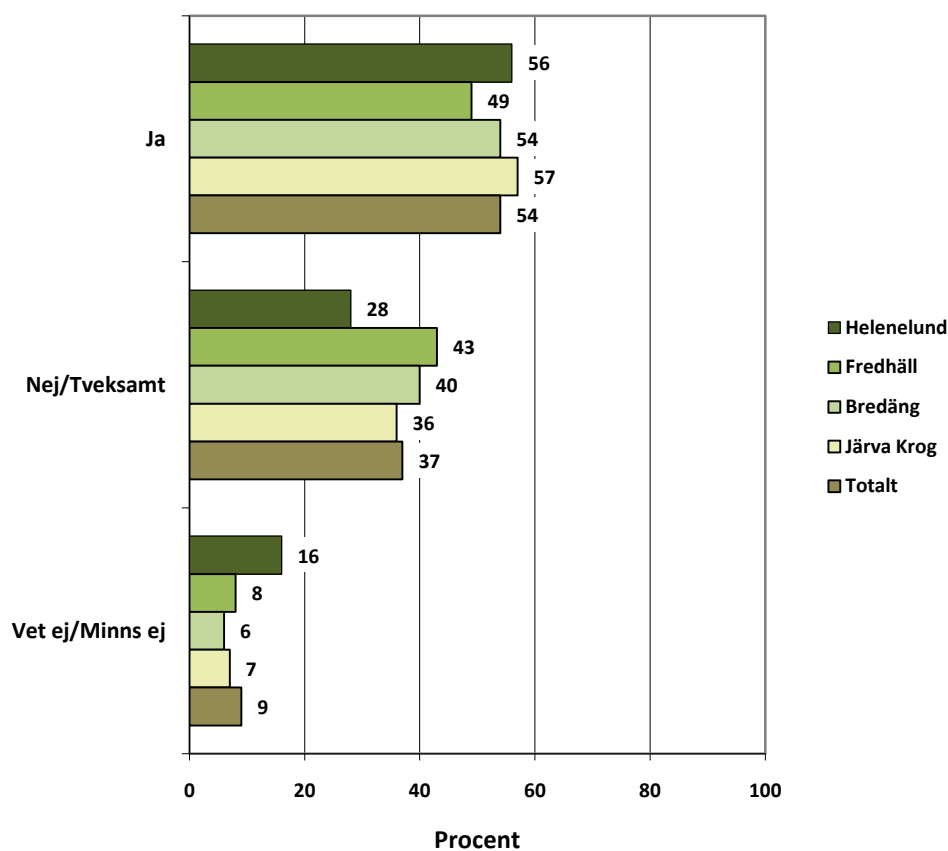


Fig. 2.11 "Har du passerat skylten efter mörkrets inbrott?" (Fråga 11)

Drygt hälften av alla, 54%, har passerat skylten efter mörkrets inbrott. En något större andel av de som uppfattat ett reklambudskap, 61%, har passerat den när det varit mörkt. En vanlig kommentar, framförallt vid Helenelund och Järva krog, är att man tycker att skylten varit bländande och för ljus när man passerat.

Tabell 2.16 – Andel som passerat skylten av de som uppfattat att det visades reklambudskap (enligt fråga 8)

Bas: De som uppfattat reklambudskap					
	Helenelund	Fredhäll	Bredäng	Järva krog	Totalt
Ja	58%	65%	63%	61%	61%
Nej	27%	29%	28%	37%	31%
Vet ej/Minns ej	15%	6%	9%	2%	8%

Frågan är ny och därför finns ingen jämförelsetabell mot föregående år

Om Ja, hur upplevde du det?

Helenelund

- Bländade/för ljus, **25 st**
- Stark och synlig, **3 st**
- Syns bra, **2 st**
- Tar fokus från vägen , **2 st**
- Störande, **2 st**
- Bländar - värst i backspegeln - tror att det kan vara polisen, **1 st**
- De har sin funktion, **1 st**
- För stark, **1 st**
- Värre under dagen, **1 st**
- Lagom bra, **1 st**
- Lyser bra, **1 st**
- Ljus och trevlig, **1 st**
- Tydlig, **1 st**
- Lite skarpa färger beroende på bakgrund - kan bli bländad, **1 st**

Fredhäll

- Som vanligt/inga problem, **10 st**
- Ljusstark, **9 st**
- Störande, **3 st**
- Stör ej, **2 st**
- Bländar ej, **2 st**
- Syns väl, **2 st**
- Bländar, **1 st**
- Den ser bra ut, **1 st**
- Den är väl påträngande, ordentligt ljusstark, **1 st**
- Futuristiskt, **1 st**
- Inte ivägen för något, **1 st**
- Iögonfallande, **1 st**
- Jättebra vid lite trafik för den syns jättebra, **1 st**
- Lagom ljus så den påverkar inte, **1 st**
- Ljusstark men inte bländande, **1 st**
- Ljus bakgrund gör det hela irriterande, **1 st**
- Lyser, **1 st**
- Lägger märke till den mer när det är mörkt, **1 st**
- Syns tydligare på gott och ont, **1 st**
- Synlig men inte störande, **1 st**
- Stör inte så mycket då det är upplyst runtom, **1 st**
- Stör inte rent ljusmässigt men den distraherar, **1 st**

Bredäng

- Inga problem/ej störande, **7 st**
- Lyser upp för starkt, **6 st**
- Lyser upp bra så man ser, **4 st**
- Syns mycket tydligt, **4 st**
- Bra, **4 st**
- Bländar, **3 st**
- Störande, **2 st**
- Mer störande än under dagtid, **2 st**
- Kan vara lite bländande, **1 st**
- Känns som att vara på bio, **1 st**
- Mysigt, lite New York-känsla, **1 st**
- Samma som under dagen; tar koncentrationen, **1 st**
- Skylten på "invägen" upplevs som färgstark i mörkret, **1 st**
- Såg informationen, **1 st**

Järva krog

- För starkt/skarpt ljus, **29 st**
- Störs ej, **9 st**
- Stör mer i mörker på grund av ljuset/rörelsen, **9 st**
- Distraherande/tappar fokus från vägen, **8 st**
- Bra, **4 st**
- Som vanligt, **3 st**
- Synlig, **3 st**
- Helt okej, **2 st**
- Trevligt/behagligt med lite ljus, **2 st**
- Distraherande/tappar fokus från vägen på grund av ljuset, **2 st**
- Beroende på budskapet, **1 st**
- Bra att få veta vad som händer i trafiken, **1 st**
- Den syns på långt håll och det stör ögonen, **1 st**
- Den lyser upp, problemet är att ögonen dras till skylten, **1 st**
- Den är tydlig och man missar den inte, **1 st**
- Den fyller en funktion, **1 st**
- Den skimrar fint, **1 st**
- En ljuskälla, **1 st**
- Färgerna är för starka, **1 st**
- Ljusväxlingarna kan störa, **1 st**
- Stör inte mer än i dagsljus, **1 st**
- Stör och har negativ inverkan, **1 st**
- Tydlig, **1 st**

Kap 3 Bakgrundsinformation

3.1 Ålder

Bas: De som har kört bil på den aktuella sträckan (702 st)

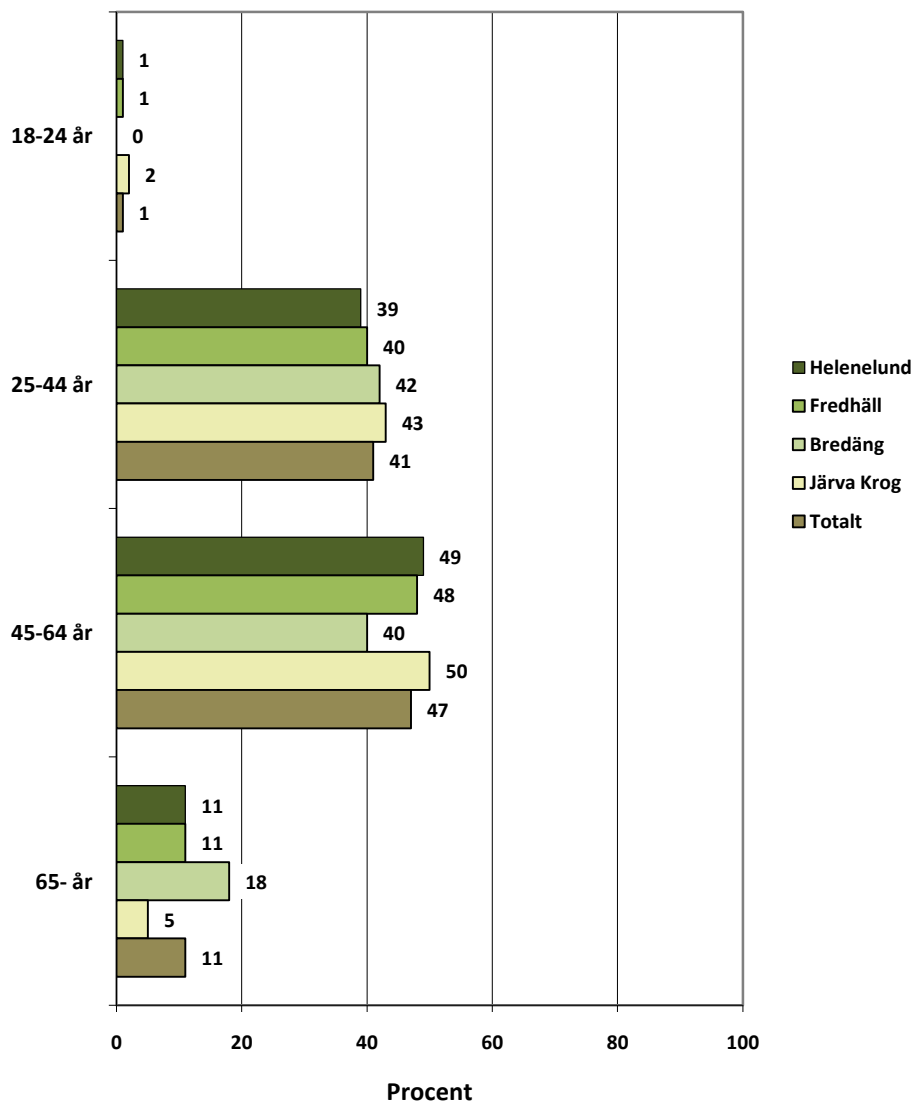


Fig. 3.1 "Ålder?" (Fråga 12)

Nästan hälften av förarna är mellan 45-64 år.

3.2 Kön

Bas: De som har kört bil på den aktuella sträckan (702 st)

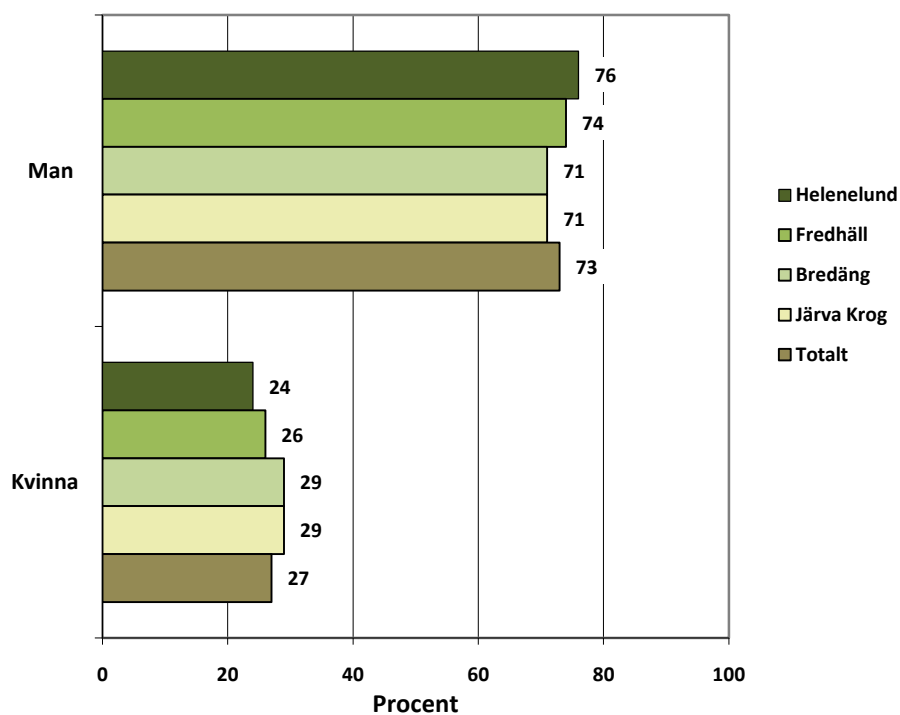


Fig. 3.2 "Kön?" (Fråga 13)

En stor del av förarna (73%) är som vanligt vid nummerskrivningsurval, män. Främst beroende på att män kör mer bil än vad kvinnor gör.

Kap 4 Analys och slutsatser av resultatet

Två av tre har uppmärksammat skyltarna

Ungefär två av tre har uppmärksammat skyltarna. Uppmärksamheten har varit större för skylten vid Järva krog (där drygt fyra av fem har uppmärksammat skylten) men lägre vid Bredäng (där knappt hälften uppmärksammat skylten). En starkt bidragande faktor till detta är att det är fler som kan kategoriseras som pendlare (kör dagligen eller flera gånger per vecka förbi skylten) vid Järva krog. Där är 58% att betrakta som pendlare jämfört med "bara" 22% vid Bredäng.

Vi kan också vid en uppdelning av materialet (se bilaga) tydligt se att uppmärksamheten av skyltarna är högre bland de som kör dagligen eller flera gånger per vecka. 80% av dessa har uppmärksammat skyltarna jämfört med 53% bland de som bara kört vid något eller några tillfällen.

Det är ingen större skillnad i uppmärksamhet mellan män och kvinnor, men ju yngre man är desto mer vanligt är det att man uppmärksammat skylten (för uppdelning av materialet se bilagan). De yngre har också i högre grad uppmärksammat vilken typ av avsändare och budskap det är som visas på skylten. Andelen som pendlar dagligen är också störst i åldersgruppen 25-44 år vilket säkert också är den främsta orsaken till att deras uppmärksamhet och kännedom är större.

Vi kan övergripande inte se några stora skillnader i uppmärksamhet bland de som kört "70-sträckor" jämfört med de som kört "90-sträckor".

Attityd i tre läger – var tredje vill ta bort skyltarna

Man kan konstatera opinionen kring skylten i grova drag är tredelad. En grupp som är positiv och tycker att det är ett nytt och roligt som ger lite underhållning i bilkön, en neutral som inte bryr sig om skylten och en negativ som tycker att skylten är störande och trafikfarlig och distraherar de som kör. Många tycker att den tar bort uppmärksamheten från trafiken vilket då påverkar deras och andras bilkörning på ett negativt sätt. Åsikter om att den är felplacerad finns också och då främst att den sitter för nära vägen. En del tycker också att skylten är bländande och för ljus, framförallt framförs detta spontant av många vid Helenelund och Järva krog. En annan tydlig slutsats är att de som uppfattat att skylten visar ett reklambudskap är mer negativa vid en jämförelse med den genomsnittlige trafikanten som svarat. Av samtliga vill 30% ta bort skylten men av de som uppfattat ett reklambudskap vill 41% ta bort den.

Vid en jämförelse bakåt i tiden på det som är jämförbart (Helenelund och Fredhäll) väljer fler i år att svara att de varken är positiva eller negativa medan både andelen negativa och positiva minskar. Andelen som störs har också minskat något.

Inställningen till skylten skiljer sig inte mycket åt mellan män och kvinnor men kvinnor tenderar att vara något mer negativa. En större skillnad finns för de som passerat en skylt vid en "90-sträcka", där 29% är negativa till skylten, jämfört med de som passerat vid en "70-sträcka" där 16% är negativa. Den slutsats man i högre grad drar på "70-sträckan" är att det inte spelar någon roll om skylten är kvar eller ej. För de som passerat en skylt vid en "90-sträcka" är det fler som tar ställning för eller emot om den ska vara kvar eller ej.

Bilaga Frågeformulär

Hej, jag heter NN och ringer från NU-gruppen. Vi har fått i uppdrag av Vägverket att utvärdera en speciell typ av reklam/informationsskylt som sitter längs E4:an i Stockholm. Vi vill veta hur du som trafikant upplever själva skylten. Du är en av ägarna till de ca 4000 fordon som valts ut att delta i undersökningen. Ditt fordon registrerades av vår personal vid en sk nummerskrivning på den aktuella vägsträckan i september månad. Har du tid att svara på dessa frågor – intervjun bör inte ta mer än 5 minuter...


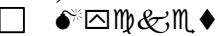
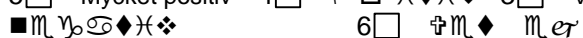
1. Har du själv kört bil på E4:an genom Stockholm (vid Helenelund, Fredhäll, Bredäng eller Järva krog) under vecka 36 i september månad?

- 1 Nej/Osäker → Avsluta
2 Ja, dagligen eller flera gånger per vecka
3 Ja, vid något eller några få tillfällen

2. Har du uppmärksammat den nya typ av reklam/informationsskyltar som sitter vid Helenelund mellan trafikplats Sörentorp och Kista i södergående riktning /vid Järva krog/vid Fredhällstunneln (strax efter Lilla Essingen) i norrgående riktning/vid Bredäng i norrgående riktning? Skylten ser ut som en mycket stor TV-skärm uppsatt på en fyrkantig stolpe. Skylten sattes upp under förra året. (Beskrivning av skyltens placering anpassas efter urvalsgrupp).

- 1 Nej/Tveksamt → Gå till fråga 11
2 Ja

3. Vilken är din övergripande inställning till skylten? Observera att det är själva skylten vi är intresserad av och inte innehållet i den reklam som visas där. (LÄS SKALA)

- 5 Mycket positiv 4  3 Varken eller 2 Negativ 1 
6 

Vad tycker du är mest positivt med skylten?

1. Inget 2. Vet ej


3. Mest positivt är...

Vad tycker du är mest negativt med skylten?

1. Inget 2. Vet ej

3. Mest negativt är...

4. I vilken grad upplever du att när du passerar skylten påverkar/stör din egen bilkörning? (LÄS SKALA)


- 1 Stör inte alls 2 Stör men bara lite 3 Stör något 4 Stör ganska mycket 5 Stör väldigt mycket
6 

Om den stör - på vilket sätt?

.....

.....

5. I vilken grad upplever du att när dina medtrafikanter passerar skylten påverkar/stör deras bilkörning? (LÄS SKALA)

- 1 Stör inte alls 2 Stör men bara lite 3 Stör något 4 Stör ganska mycket 5 Stör väldigt mycket
6 

Om den stör - på vilket sätt?

.....

.....

Bilaga Frekvenstabeller per sträcka

		Område			
		Heleneöland	Fredhäll	Bredäng	Järva krog
		Procent	Procent	Procent	Procent
Har du själv kört bil på E4:an genom Stockholm vid XX under vecka 36 i september månad?	Nej/Osäker	30%	29%	40%	21%
	Ja, dagligen eller flera gånger per vecka	35%	41%	22%	58%
	Ja, vid något eller några få tillfällen	35%	30%	38%	21%
Har du uppmärksammat skylten som sitter vid XX?	Nej/Tveksamt	28%	32%	55%	17%
	Ja	72%	68%	45%	83%
Vilken är din övergripande inställning till skylten?	Mycket negativ	12%	7%	9%	11%
	Negativ	17%	10%	16%	19%
	Varken eller	35%	48%	18%	30%
	Positiv	29%	20%	31%	23%
	Mycket positiv	5%	8%	22%	14%
	Vet ej	2%	7%	4%	3%
Vad tycker du är mest positivt med skylten?	Inget	31%	26%	22%	27%
	Vet ej	27%	26%	10%	10%
	Mest positivt är...	42%	49%	68%	64%
Vad tycker du är mest negativt med skylten?	Inget	27%	23%	35%	27%
	Vet ej	20%	23%	7%	6%
	Mest negativt är	53%	54%	57%	67%
I vilken grad upplever du att skylten, när du passerar, påverkar/stör din egen bilkörning?	Stör inte alls	51%	59%	57%	43%
	Stör men bara lite	12%	20%	15%	21%
	Stör något	21%	10%	12%	17%
	Stör ganska mycket	7%	7%	9%	14%
	Stör väldigt mycket	5%	2%	4%	4%
	Vet ej	5%	2%	3%	1%
I vilken grad upplever du att skylten, när dina medtrafikanter passerar, påverkar/stör deras bilkörning?	Stör inte alls	36%	24%	32%	26%
	Stör men bara lite	2%	5%	4%	4%
	Stör något	13%	11%	9%	7%
	Stör ganska mycket	6%	5%	3%	5%
	Stör väldigt mycket	2%	2%	1%	1%
	Vet ej	42%	53%	50%	56%
Tycker du att skylten sitter för nära, är på ett lagom avstånd eller sitter för långt ifrån vägen?	Sitter för nära	19%	17%	15%	22%
	Sitter på lagom avstånd	65%	64%	72%	68%
	Sitter för långt ifrån vägen	2%	2%	0%	1%
	Vet ej/Kan eller vill inte ta ställning	13%	17%	13%	10%
Påverkar skylten hur du hinner uppfatta vägvisning och annan typ av trafikinformation?	Inte alls	52%	64%	63%	73%
	Bara lite	8%	7%	9%	6%
	Något	16%	8%	9%	7%
	Ganska mycket	5%	6%	6%	2%
	Väldigt mycket	6%	2%	1%	4%
	Vet ej	13%	12%	12%	8%

		Helene Lund	Fredhäll	Bredäng	Järva krog
		Procent	Procent	Procent	Procent
Vilken typ av budskap uppfattar du visas på skylten? Trafikinformation	Vald	15%	8%	8%	22%
Vilken typ av budskap uppfattar du visas på skylten? Reklambudskap	Vald	33%	26%	13%	34%
Vilken typ av budskap uppfattar du visas på skylten? Samhällsinformation	Vald	5%	2%	5%	3%
Vilken typ av budskap uppfattar du visas på skylten? Annan information	Vald	4%	12%	4%	5%
Vilken avsändare står bakom informationen? Trafikverket/Trafik	Vald	18%	9%	10%	21%
Vilken avsändare står bakom informationen? Kommersiella annonsörer	Vald	26%	15%	6%	20%
Vilken avsändare står bakom informationen? Vet ej/ej svar	Vald	7%	20%	11%	11%
Ska skylten få vara kvar?	Låt den vara kvar! -	41%	31%	51%	39%
	Ta bort den! - Motivera...	29%	26%	26%	34%
	Jag bryr mig inte/spelar ingen roll	27%	39%	19%	25%
	Vet ej/Kan eller vill inte ta ställning	2%	5%	3%	1%
Har du passerat skylten efter mörkrets inbrott?	Ja, hur upplevde du det?	56%	49%	54%	57%
	Nej	29%	43%	40%	36%
	Vet ej/Minns ej	16%	8%	6%	7%
Ålder?	18-24 år	1%	1%	0%	3%
	25-44 år	39%	40%	42%	43%
	45-64 år	50%	48%	40%	49%
	65- år	11%	11%	18%	5%
Kön	Man	76%	74%	71%	71%
	Kvinna	24%	26%	29%	29%

Frekvenstabeller - Alla reklamtavlor totalt

Har du själv kört bil på E4:an genom Stockholm vid XX under vecka 36 i september månad?	
	Procent
Nej/Osäker	29,9
Ja, dagligen eller flera gånger per vecka	39,1
Ja, vid något eller några få tillfällen	31,1
Total	100,0
Har du uppmärksammat den nya typ av skylt som sitter vid XX?	
	Procent
Nej/Tveksamt	31,6
Ja	68,4
Total	100,0
Vilken är din övergripande inställning till skylten?	
	Procent
Mycket negativ	9,8
Negativ	15,8
Varken eller	34,0
Positiv	25,0
Mycket positiv	11,3
Vet ej	4,2
Total	100,0
Vad tycker du är mest positivt med skylten?	
	Procent
Inget	26,9
Vet ej	18,3
Mest positivt är...	54,8
Total	100,0
Vad tycker du är mest negativt med skylten?	
	Procent
Inget	27,1
Vet ej	14,2
Mest negativt är	58,8
Total	100,0
I vilken grad upplever du att skylten, när du passerar, påverkar/stör din egen bilkörning? (LÄS SKALA)	
	Procent
Stör inte alls	51,0
Stör men bara lite	17,5
Stör något	15,4
Stör ganska mycket	9,8
Stör väldigt mycket	3,8
Vet ej	2,5
Total	100,0

I vilken grad upplever du att skylten, när dina medtrafikanter passerar, påverkar/stör deras bilkörning? (LÅS SKALA)	
	Procent
Stör inte alls	29,0
Stör men bara lite	3,8
Stör något	9,6
Stör ganska mycket	5,0
Stör väldigt mycket	1,9
Vet ej	50,8
Total	100,0
Om du tänker på skyltens avstånd till vägen. Tycker du att skylten sitter för nära, är på ett lagom avstånd eller sitter för långt ifrån vägen?	
	Procent
Sitter för nära	19,0
Sitter på lagom avstånd	66,7
Sitter för långt ifrån vägen	1,3
Vet ej/Kan eller vill inte ta ställning	13,1
Total	100,0
Om du tänker på skyltens placering i förhållande till andra skyltar längs vägen. Påverkar skylten hur du hinner uppfatta vägvisning och annan typ av trafikinformation? (LÅS SKALA)	
	Procent
Inte alls	63,8
Bara lite	7,1
Något	9,8
Ganska mycket	4,4
Väldigt mycket	4,0
Vet ej	11,0
Total	100,0
Vilken typ av budskap uppfattar du visas på skylten? Trafikinformation	
	Procent
Vald	27,5
Vilken typ av budskap uppfattar du visas på skylten? Reklambudskap	
	Procent
Vald	55,2
Vilken typ av budskap uppfattar du visas på skylten? Samhällsinformation	
	Procent
Vald	7,7
Vilken typ av budskap uppfattar du visas på skylten? Annan information	
	Procent
Vald	13,1

Vad är det för typ av avsändare som står bakom informationen? Trafikverket/Trafik Stockholm e dyl	
	Procent
Vald	30,4
Vad är det för typ av avsändare som står bakom informationen? Kommersiella annonsörer	
	Procent
Vald	35,2
Vad är det för typ av avsändare som står bakom informationen? Vet ej/Ej svar	
	Procent
Vald	35,8
Om du hade varit beslutsfattare från myndigheterna kring uppsättningen av denna skylt, hade du tyckt att man ska ta bort den, att den ska få vara kvar eller spelar det ingen roll för dig?	
	Procent
Låt den vara kvar! - Motivera...	39,4
Ta bort den! - Motivera...	29,6
Jag bryr mig inte/spelar ingen roll	28,3
Vet ej/Kan eller vill inte ta ställning	2,7
Total	100,0
Har du passerat skylten efter mörkrets inbrott?	
	Procent
Ja, hur upplevde du det?	54,2
Nej	36,5
Vet ej/Minns ej	9,4
Total	100,0
Ålder?	
	Procent
18-24 år	1,0
25-44 år	41,0
45-64 år	47,2
65- år	10,8
Total	100,0
Kön	
	Procent
Man	72,9
Kvinna	27,1
Total	100,0

Brutet på Hastighet

		Hastighet 70/90	
		90km/h	70km/h
		Kolumn %	Kolumn %
Har du uppmärksammat skylten?	Nej/Tveksamt	31,5%	32,0%
	Ja	68,5%	68,0%
Vilken är din övergripande inställning till skylten?	Mycket negativ	10,9%	6,6%
	Negativ	17,8%	9,9%
	Varken eller	29,2%	47,9%
	Positiv	26,7%	19,8%
	Mycket positiv	12,3%	8,3%
	Vet ej	3,1%	7,4%
Vad tycker du är mest positivt med skylten?	Inget	27,3%	25,6%
	Vet ej	15,9%	25,6%
	Mest positivt är...	56,8%	48,8%
Vad tycker du är mest negativt med skylten?	Inget	28,4%	23,1%
	Vet ej	11,1%	23,1%
	Mest negativt är	60,4%	53,7%
I vilken grad upplever du att skylten, när du passerar, påverkar/stör din egen bilkörning?	Stör inte alls	48,5%	58,7%
	Stör men bara lite	16,7%	19,8%
	Stör något	17,3%	9,9%
	Stör ganska mycket	10,6%	7,4%
	Stör väldigt mycket	4,5%	1,7%
	Vet ej	2,5%	2,5%
I vilken grad upplever du att skylten, när dina medtrafikanter passerar, påverkar/stör deras bilkörning?	Stör inte alls	30,6%	24,0%
	Stör men bara lite	3,3%	5,0%
	Stör något	9,2%	10,7%
	Stör ganska mycket	5,0%	5,0%
	Stör väldigt mycket	1,7%	2,5%
	Vet ej	50,1%	52,9%

		Hastighet 70/90	
		90km/h	70km/h
		Column N %	Column N %
Tycker du att skylten sitter för nära, är på ett lagom avstånd eller sitter för långt ifrån vägen?	Sitter för nära	19,5%	17,4%
	Sitter på lagom avstånd	67,7%	63,6%
	Sitter för långt ifrån vägen	1,1%	1,7%
	Vet ej/Kan eller vill inte ta ställning	11,7%	17,4%
Om du tänker på skyltens placering i förhållande till andra skyltar längs vägen. Påverkar skylten hur du hinner uppfatta vägvisning och annan typ av trafikinformation?	Inte alls	63,5%	64,5%
	Bara lite	7,2%	6,6%
	Något	10,3%	8,3%
	Ganska mycket	3,9%	5,8%
	Väldigt mycket	4,5%	2,5%
	Vet ej	10,6%	12,4%
Vilken typ av budskap Trafikinformation	Vald	15,0%	7,6%
Vilken typ av budskap Reklambudskap	Vald	26,5%	26,4%
Vilken typ av budskap Samhällsinformation	Vald	4,4%	1,6%
Vilken typ av budskap Annan information	Vald	4,5%	11,6%
avsändare Trafikverket	Vald	16,5%	8,8%
avsändare Kommersiella annonsör	Vald	17,4%	15,2%
Ska skylten vara kvar?	Låt den vara kvar! -	42,3%	30,6%
	Ta bort den! -	30,9%	25,6%
	Jag bryr mig inte/spelar ingen roll	24,8%	38,8%
	Vet ej/Kan eller vill inte ta ställning	1,9%	5,0%
Har du passerat skylten efter mörkrets inbrott?	Ja, hur upplevde du det?	56,0%	48,8%
	Nej	34,3%	43,0%
	Vet ej/Minns ej	9,7%	8,3%
Ålder?	18-24 år	1,1%	0,6%
	25-44 år	41,4%	39,9%
	45-64 år	46,8%	48,3%
	65- år	10,7%	11,2%
Kön	Man	72,5%	74,2%
	Kvinna	27,5%	25,8%

Brutet på om man kört på den aktuella sträckan

		Har du själv kört bil på E4:an genom Stockholm vid Helenelund under vecka 36 i september månad?	
		Ja, dagligen eller flera gånger per vecka	Ja, vid något eller några få tillfällen
Har du uppmärksammat skylten?	Nej/Tveksamt	20%	47%
	Ja	80%	53%
Vilken är din övergripande inställning till skylten?	Mycket negativ	9%	12%
	Negativ	17%	14%
	Varken eller	37%	28%
	Positiv	23%	29%
	Mycket positiv	11%	11%
	Vet ej	4%	5%
I vilken grad upplever du att skylten, när du passerar, påverkar/stör din egen bilkörning?	Stör inte alls	52%	50%
	Stör men bara lite	18%	16%
	Stör något	16%	15%
	Stör ganska mycket	10%	9%
	Stör väldigt mycket	3%	5%
	Vet ej	2%	4%
I vilken grad upplever du att skylten, när dina medtrafikanter passerar, påverkar/stör deras bilkörning?	Stör inte alls	30%	27%
	Stör men bara lite	4%	3%
	Stör något	9%	11%
	Stör ganska mycket	4%	6%
	Stör väldigt mycket	2%	2%
	Vet ej	50%	52%
Sitter skylten på lagom avstånd från vägen?	Sitter för nära	18%	20%
	Sitter på lagom avstånd	68%	63%
	Sitter för långt ifrån vägen	2%	1%
	Vet ej/Kan eller vill inte ta ställning	12%	16%

		Ja, dagligen eller flera gånger per vecka	Ja, vid något eller några få tillfällen
Om du tänker på skyltens placering i förhållande till andra skyltar längs vägen. Påverkar skylten hur du hinner uppfatta vägvisning och annan typ av trafikinformation	Inte alls	67%	58%
	Bara lite	6%	8%
	Något	9%	11%
	Ganska mycket	4%	5%
	Väldigt mycket	4%	4%
	Vet ej	10%	13%
Budskap? Trafikinformation	Ej Vald	60%	36%
	Vald	20%	17%
Budskap? Reklambudskap	Ej Vald	33%	28%
	Vald	48%	25%
Budskap? Samhällsinformation	Ej Vald	74%	49%
	Vald	6%	4%
Budskap? Annan information	Ej Vald	72%	43%
	Vald	8%	10%
Avsändare? Trafikverket/Trafik	Ej Vald	59%	34%
	Vald	22%	20%
Avsändare? Kommersiella annonsörer	Ej Vald	50%	37%
	Vald	30%	17%
Avsändare? Annan	Ej Vald	61%	37%
	Vald	19%	16%
Ska skylten få vara kvar?	Låt den vara kvar! - Motivera...	36%	46%
	Ta bort den! - Motivera...	32%	25%
	Jag bryr mig inte/spelar ingen roll	30%	25%
	Vet ej/Kan eller vill inte ta ställning	2%	5%
Har du passerat skylten efter mörkrets inbrott?	Ja, hur upplevde du det?	58%	48%
	Nej	35%	39%
	Vet ej/Minns ej	7%	13%
Ålder?	18-24 år	1%	1%
	25-44 år	45%	36%
	45-64 år	48%	46%
	65- år	6%	17%
Kön	Man	71%	76%
	Kvinna	29%	24%

Brutet på ålder och kön

		Ålder?				Kön	
		18-24 år	25-44 år	45-64 år	65- år	Man	Kvinna
		%	%	%	%	%	%
Har du själv kört bil på E4:an genom Stockholm vid XX under vecka 36 i september månad?	Ja, dagligen eller flera gånger per vecka	71%	61%	57%	29%	54%	60%
	Ja, vid något eller några få tillfällen	29%	39%	43%	71%	46%	40%
Har du uppmärksammat skylten?	Nej/Tveksamt	43%	30%	31%	41%	31%	33%
	Ja	57%	70%	69%	59%	69%	67%
Vilken är din övergripande inställning till skylten?	Mycket negativ	0%	7%	12%	11%	11%	8%
	Negativ	25%	15%	17%	13%	14%	21%
	Varken eller	50%	36%	33%	29%	35%	31%
	Positiv	0%	22%	25%	38%	26%	23%
	Mycket positiv	25%	15%	9%	4%	11%	13%
	Vet ej	0%	3%	5%	4%	4%	4%
Vad tycker du är mest positivt med skylten?	Inget	0%	22%	31%	29%	27%	26%
	Vet ej	25%	20%	17%	18%	19%	16%
	Mest positivt är...	75%	57%	53%	53%	53%	59%
Vad tycker du är mest negativt med skylten?	Inget	25%	29%	23%	36%	29%	21%
	Vet ej	25%	13%	16%	9%	14%	13%
	Mest negativt är	50%	57%	61%	56%	56%	66%
I vilken grad upplever du att skylten, när du passerar, påverkar/stör din egen bilkörning?	Stör inte alls	50%	50%	50%	60%	54%	44%
	Stör men bara lite	0%	18%	18%	11%	17%	19%
	Stör något	0%	17%	14%	13%	13%	23%
	Stör ganska mycket	50%	8%	10%	11%	9%	13%
	Stör väldigt mycket	0%	2%	5%	2%	5%	0%
	Vet ej	0%	3%	2%	2%	3%	2%
I vilken grad upplever du att skylten, när dina medtrafikanter passerar, påverkar/stör deras bilkörning?	Stör inte alls	25%	32%	27%	24%	30%	26%
	Stör men bara lite	25%	4%	3%	2%	3%	5%
	Stör något	0%	11%	8%	11%	10%	9%
	Stör ganska mycket	25%	5%	4%	4%	5%	4%
	Stör väldigt mycket	0%	0%	3%	0%	3%	0%
	Vet ej	25%	46%	54%	58%	49%	57%
Tycker du att skylten sitter för nära, är på ett lagom avstånd eller sitter för långt ifrån vägen?	Sitter för nära	25%	15%	23%	18%	17%	23%
	Sitter på lagom avstånd	75%	73%	62%	60%	69%	61%
	Sitter för långt ifrån vägen	0%	1%	1%	2%	2%	0%
	Vet ej	0%	11%	14%	20%	12%	16%

		Ålder?				Kön	
		18-24 år	25-44 år	45-64 år	65- år	Man	Kvinn a
		%	%	%	%	%	%
Om du tänker på skyltens placering i förhållande till andra skyltar längs vägen. Påverkar skylten hur du hinner uppfatta vägvisning och annan typ av trafikinformation?	Inte alls	25%	68%	60%	67%	66%	58%
	Bara lite	25%	6%	7%	9%	6%	10%
	Något	25%	7%	13%	2%	10%	9%
	Ganska mycket	0%	5%	3%	4%	4%	5%
	Väldigt mycket	0%	3%	5%	2%	4%	3%
	Vet ej	25%	10%	11%	16%	10%	15%
Budskap? Trafikinformation	Vald	0%	19%	20%	17%	20%	16%
Budskap? Reklambudskap	Vald	43%	42%	35%	30%	36%	43%
Budskap? Samhällsinformation	Vald	14%	7%	4%	5%	5%	6%
Budskap? Annan information	Vald	14%	8%	8%	14%	9%	8%
Avsändare? Trafikverket/Trafik	Vald	14%	21%	21%	20%	22%	18%
Avsändare? Kommersiella annonsörer	Vald	29%	27%	23%	18%	25%	23%
Avsändare? Annan	Vald	14%	19%	16%	21%	16%	22%
Ska skylten få vara kvar?	Låt den vara kvar! -	25%	42%	38%	36%	41%	36%
	Ta bort den!	50%	27%	33%	22%	28%	35%
	Jag bryr mig inte	25%	28%	27%	36%	30%	24%
	Vet ej	0%	3%	1%	7%	2%	5%
Har du passerat skylten efter mörkrets inbrott?	Ja, hur upplevde du det?	75%	59%	53%	36%	58%	45%
	Nej	25%	33%	37%	49%	33%	46%
	Vet ej/Minns ej	0%	7%	10%	16%	9%	9%
Ålder?	18-24 år	100%	0%	0%	0%	1%	1%
	25-44 år	0%	100%	0%	0%	39%	46%
	45-64 år	0%	0%	100%	0%	47%	47%
	65- år	0%	0%	0%	100%	13%	6%
Kön	Man	71%	70%	73%	84%	100%	0%
	Kvinna	29%	30%	27%	16%	0%	100%



TRAFIKVERKET

Trafikverket, 781 87 Borlänge. Besöksadress: Röda Vägen 1
Telefon: 0771-921 921, Texttelefon: 0243- 750 90

www.trafikverket.se