



Opinion:

Befolkningsundersøkelse: Hverdagslivets reise- og transportbehov

Gjennomført for Plansamarbeidet

Roar Teige // roar@opinion.no
Håkon Otterlei // hakon@opinion.no

INNHOLD

1 OM UNDERSØKELSEN	3
2 HOVEDINNSIKTER	9
3 HVORDAN REISER VI?	11
4 HVORDAN HANDLER VI?	29
5 HVORDAN BENYTTER VI NÆROMRÅDET?	42
6 10-MINUTTERSBYEN – HVA ER STATUS I DAG?	49
7 PROFIL	57



1 OM UNDERSØKELSEN

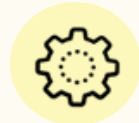


Prosjektinformasjon



OPPDRAKSGIVER

Plan og bygningsetaten
v/ Ida Søgner Tveit



METODE

Undersøkelse i web med tilfeldig uttrekk fra befolkningen. Varsel ble sendt på SMS i forkant, selve utsendelse skjedde på e-post.



FORMÅL

Kartlegge transport av innbyggere og varer i regionen, samt bruk og holdninger til nærområdene.



MÅLGRUPPE

18 +, innbyggere i Oslo kommune og utvalgte omkringliggende kommuner.



GJENNOMFØRING

ars – juni, 2025.
Majoriteten (84 prosent) av intervjuene ble hentet inn i mai.



UTVALG

Bruttoutvalg: n = 71.042
Nettutvalg: n = 5847
Responstrate: 8,2 prosent

Vektet etter kjønn, alder og kommune.



Om undersøkelsen

Bakgrunn og formål

Opinion AS har på oppdrag for Plansamarbeidet gjennomført en innbyggerundersøkelse i kommunene Oslo, Asker, Bærum, Lørenskog, Lillestrøm, Nordre Follo, Ås og Ullensaker. Hensikten med undersøkelsen har vært å kartlegge innbyggernes erfaring og holdninger når det gjelder egne reise- og transportbehov.

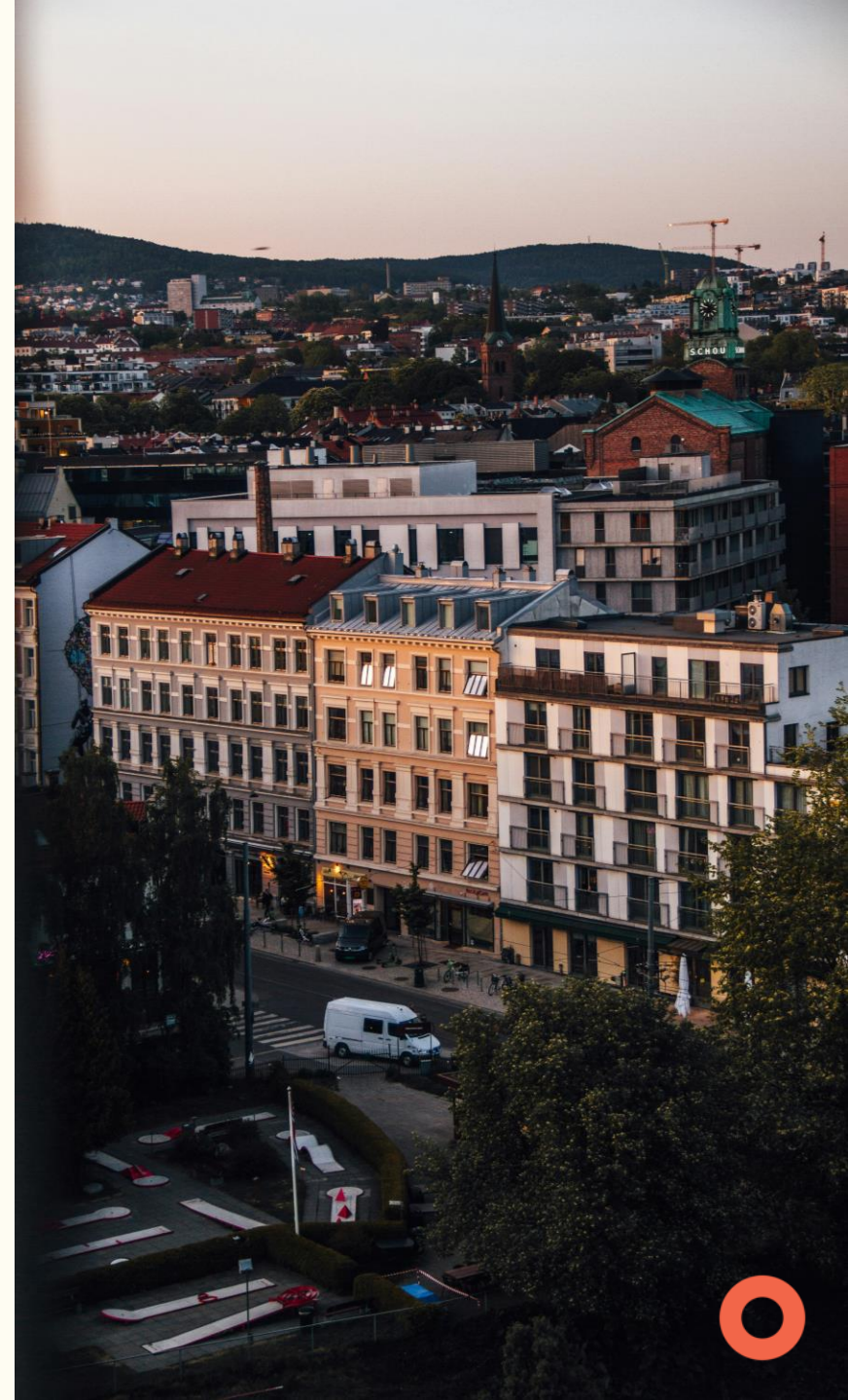
Kvalitativt forarbeid

Som et forarbeid til den kvantitative undersøkelsen ble det høsten 2024 gjennomført to fokusgrupper blant innbyggere i regionen. Hensikten med fokusgruppene var å danne et grunnlag for hypoteser til kvantitativt spørreskjema, samt bli brukt i rapport og formidling som støtte for å forklare kvantitative funn.

Gjennomføring og utvalg

Undersøkelsen er gjennomført i et representativt utvalg av innbyggerne i utvalgs kommunene over 18 år. Utvalget er hentet fra Folkeregisteret og bestod av totalt 71.042 personer. Undersøkelsen ble distribuert på e-post. I forkant av e-postutsendelsen ble det sendt ut en SMS med informasjon om undersøkelsen. Påminnelser ble sendt på e-post, med ekstra distribusjon til underrepresenterte grupper.

Selve datainnsamlingen ble gjennomført i perioden fra 25. mars til 9. juni 2025. Totalt 5847 personer svarte på undersøkelsen som gir en svarrespons på 8,2 prosent. Dataene er vektet på kjønn, alder og kommune i tråd med den underliggende populasjonen.



Feilmargintabell

Alle utvalgsundersøkelser er beheftet med feilmarginer. Feilmarginene knytter seg i hovedsak til statistisk usikkerhet. Dette er utvalgsskjevheter, som medfører at utvalget ikke er identisk med universet eller målgruppen. Ulikheter kan knytte seg til bestemte kjennetegn eller adferd.

Feilmarginene ved ulike utvalgsstørrelser og prosentresultat ved 95% signifikansnivå er vist i tabellen til høyre.

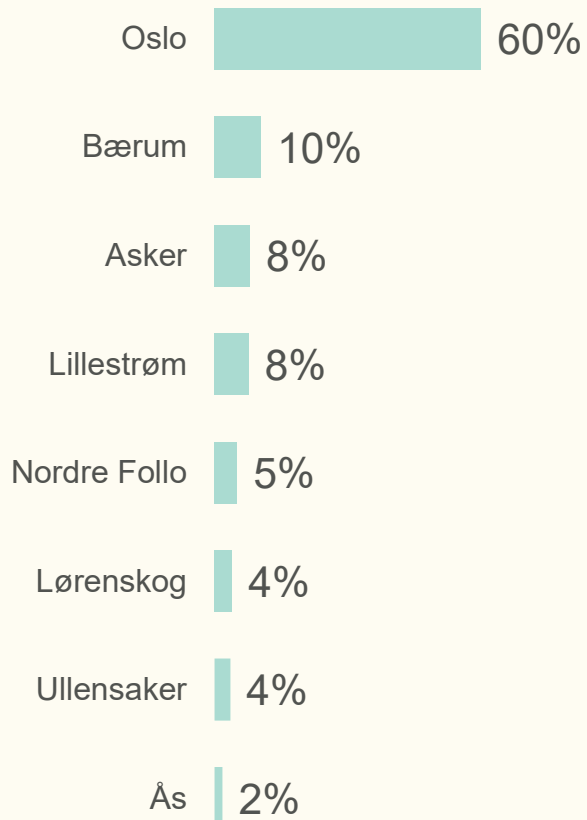
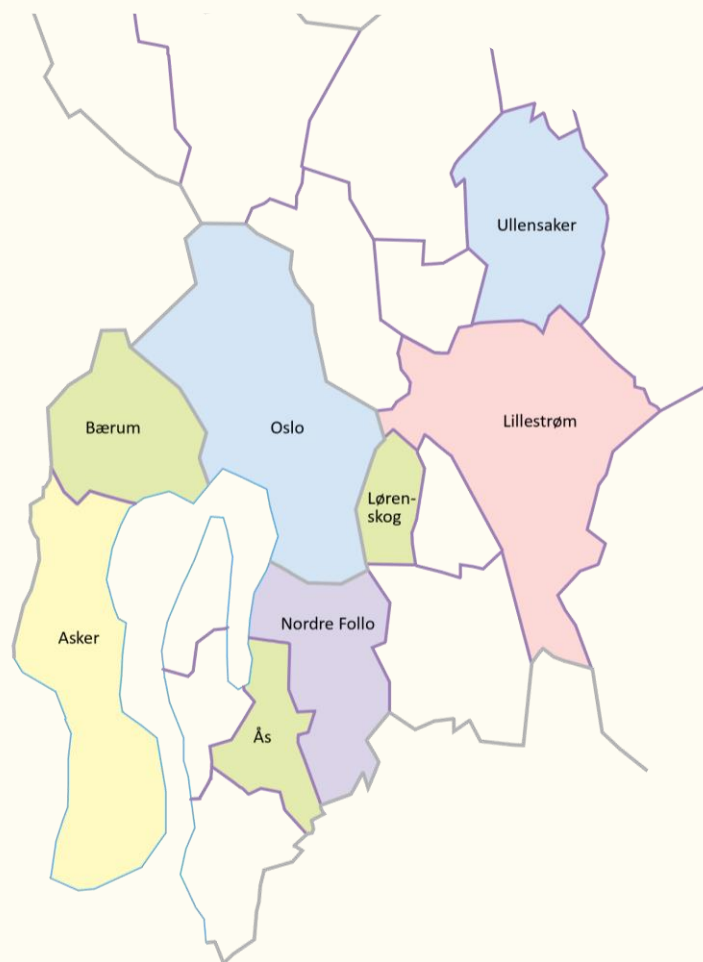
Ved en base på 1000 (n=1000) kan vi med 95% sannsynlighet si at det riktige resultatet ligger innenfor $\pm 1,4$ og $\pm 3,1$ prosentpoeng, avhengig av prosentresultatets størrelse. Usikkerheten er størst ved et prosentresultat på 50% og minst ved prosentresultater på 5%/95%.

Prosentresultat										
	5,0 %	10,0 %	15,0 %	20,0 %	25,0 %	30,0 %	35,0 %	40,0 %	45,0 %	50,0 %
Utvalgsstørrelse										
25	8,5 %	11,8 %	14,0 %	15,7 %	17,0 %	18,0 %	18,7 %	19,2 %	19,5 %	19,6 %
50	6,0 %	8,3 %	9,9 %	11,1 %	12,0 %	12,7 %	13,2 %	13,6 %	13,8 %	13,9 %
75	4,9 %	6,8 %	8,1 %	9,1 %	9,8 %	10,4 %	10,8 %	11,1 %	11,3 %	11,3 %
100	4,3 %	5,9 %	7,0 %	7,8 %	8,5 %	9,0 %	9,3 %	9,6 %	9,8 %	9,8 %
150	3,5 %	4,8 %	5,7 %	6,4 %	6,9 %	7,3 %	7,6 %	7,8 %	8,0 %	8,0 %
200	3,0 %	4,2 %	4,9 %	5,5 %	6,0 %	6,4 %	6,6 %	6,8 %	6,9 %	6,9 %
250	2,7 %	3,7 %	4,4 %	5,0 %	5,4 %	5,7 %	5,9 %	6,1 %	6,2 %	6,2 %
300	2,5 %	3,4 %	4,0 %	4,5 %	4,9 %	5,2 %	5,4 %	5,5 %	5,6 %	5,7 %
400	2,1 %	2,9 %	3,5 %	3,9 %	4,2 %	4,5 %	4,7 %	4,8 %	4,9 %	4,9 %
500	1,9 %	2,6 %	3,1 %	3,5 %	3,8 %	4,0 %	4,2 %	4,3 %	4,4 %	4,4 %
600	1,7 %	2,4 %	2,9 %	3,2 %	3,5 %	3,7 %	3,8 %	3,9 %	4,0 %	4,0 %
700	1,6 %	2,2 %	2,6 %	3,0 %	3,2 %	3,4 %	3,5 %	3,6 %	3,7 %	3,7 %
800	1,5 %	2,1 %	2,5 %	2,8 %	3,0 %	3,2 %	3,3 %	3,4 %	3,4 %	3,5 %
900	1,4 %	2,0 %	2,3 %	2,6 %	2,8 %	3,0 %	3,1 %	3,2 %	3,3 %	3,3 %
1000	1,4 %	1,9 %	2,2 %	2,5 %	2,7 %	2,8 %	3,0 %	3,0 %	3,1 %	3,1 %
1200	1,2 %	1,7 %	2,0 %	2,3 %	2,5 %	2,6 %	2,7 %	2,8 %	2,8 %	2,8 %
1400	1,1 %	1,6 %	1,9 %	2,1 %	2,3 %	2,4 %	2,5 %	2,6 %	2,6 %	2,6 %
1600	1,1 %	1,5 %	1,7 %	2,0 %	2,1 %	2,2 %	2,3 %	2,4 %	2,4 %	2,5 %
1800	1,0 %	1,4 %	1,6 %	1,8 %	2,0 %	2,1 %	2,2 %	2,3 %	2,3 %	2,3 %
2000	1,0 %	1,3 %	1,6 %	1,8 %	1,9 %	2,0 %	2,1 %	2,1 %	2,2 %	2,2 %
Totalutvalget i denne undersøkelsen										
5847	0,6 %	0,8 %	0,9 %	1,0 %	1,1 %	1,2 %	1,2 %	1,3 %	1,3 %	1,3 %

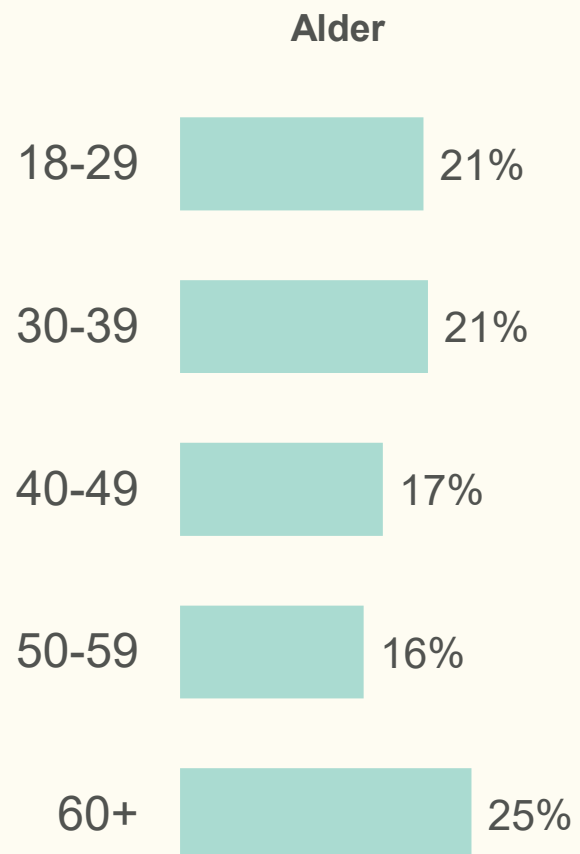
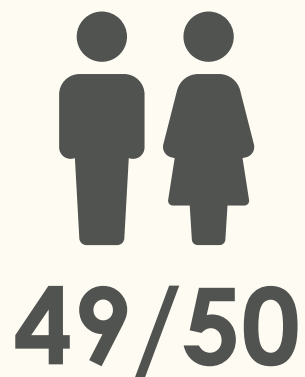


Utvalgsbeskrivelse, n = 5847

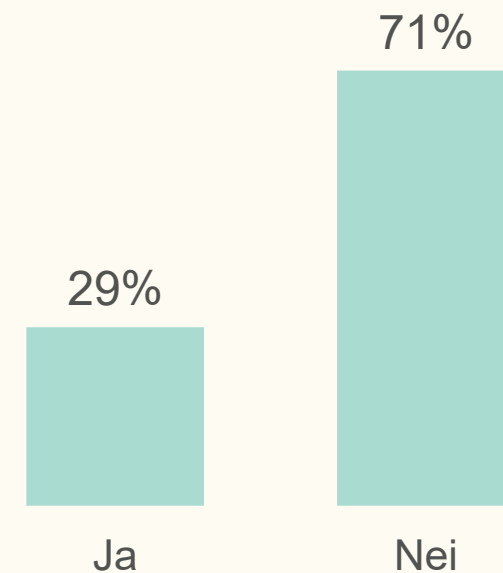
Det bor om lag en million innbyggere over 18 år i regionen.



Målgruppens demografi, n = 5847



Barn i husholdningen



2

HOVEDINNSIKTER



HOVED- INNSIKTER

Drive av transport i regionen

Mengden transport i regionen kommer som et resultat av hvordan **mennesker** og **varer** forflytter seg.

Forflytningen av **mennesker** (reisevaner) varierer i stor grad mellom kommunene og avstand til sentrum. Hvilke type transportmiddel som benyttes kommer som et resultat av mulighetene man har tilgjengelig, men også holdningene våre til mulighetene. I **indre Oslo** oppfattes **sykkel-** og **kollektivtilbud** som både **tilgjengelig** og **tilfredsstillende**, mens bilen oppfattes som dyr og ikke nødvendigvis tidsbesparende. Følgelig benyttes kollektivtransport, sykling og gange betydelig oftere enn bilen, med et **unntak, avfallslevering** til gjenbruksstasjon, hvor bilen foretrekkes. Det er stor interesse for en **mobil gjenvinningsstasjon**, tiltaket står frem som en god mulighet for å redusere biltransport ytterligere i de mest sentrale områdene.

I **mindre sentrale strøk** står **bilen sterkere**, spesielt blant kommunene i regionen som er lengst unna Oslo sentrum. I kommunene rundt Oslo benytter i snitt **56 prosent bil minst fire dager i uken**, mens **24 prosent** benytter **kollektivt** minst fire dager i uken. Bruken av bil er aller høyest i Asker og Ullensaker, vi ser en spesielt høy misnøye med kollektivtilbudet i disse kommunene. En av de største barrierene mot å velge bort bilen er **tidsbesparelsen** den medfører. Utenfor Oslo mener **76 prosent** at **bilen** er **tidsbesparende** for deres vanlige reisevaner.

Hvordan **varer** forflyttes er definerende for transportbehovet i regionen, og økningen av **netthandel** har hatt en betydelig påvirkning på behovet for varetransport. De aller fleste i regionen handler på nett årlig, men det er en mindre gruppe på **23 prosent av innbyggerne** som står for **hovedandelen** av **volumet**, disse handler på nett flere ganger i måneden. Gruppen som handler mest på nett er definert av en overvekt kvinner, innbyggere i aldersspennet 30-49 år og barnefamilier. Klær/sko/tilbehør er varekategorien som handles av flest på nett. Mest nevnt bak handel på nett fremfor i butikk er **tidsbesparelse**. Det **viktigste** for innbyggerne **ved netthandel** er **utleveringssted** og **leveringstid**. **Gratis frakt** og **retur** er også viktig for majoriteten. **Mindre viktig** er **opprinnelsesland** på varen og **miljøutslippet** fra frakten.

Om lag **tre av ti** av de som handler på nett benytter seg **regelmessig** av **retur**. **Varereturen** er dermed så omfattende at den i seg selv er en betydelig driver for transport i regionen. De som **returnerer mest** er også de som **handler mest** på **nettet**, det er flertall **kvinner** og blant de bosatt i **sentrale bydeler**, særlig **Grünerløkka** og **Sagene**.

Det er fortsatt en klar majoritet som handler **dagligvarene** sine i fysisk butikk. Likevel, **syv prosent** handler **ukentlig** på nett, som har en klar påvirkning på transport i regionen. Netthandel av dagligvarer velges grunnet **hjemlevering** og **tidsbesparelse**. De som handler mest dagligvarer på nett er overrepresentert i aldersgruppen **30-49 år**, blant **barnefamilier** og de bosatt i **ytre bydeler** av Oslo og **Bærum**.

Tilgang til – og **anvendelse** av det lokale **nærsentrumet** / **nærområdet** har en stor **påvirkning** på den totale **transportmengden** i regionen, både når det gjelder forflytning av varer og innbyggere. I hvilken grad nærsentrumet kan nås på ti minutter varierer i stor grad innad i regionen. I **Oslo** har **60 prosent** et nærsentrum innenfor **1 km fra eget hjem**, mens i de **øvrige kommunene** ligger denne andelen i snitt på **35 prosent**, lavest i Asker på 23 prosent og høyest i Lørenskog på 46 prosent. Begrepet **«10-minutters byen»** fremstår derfor som **urealistisk** for en betydelig andel av innbyggerne i regionen **utenfor Oslo**, med mindre man benytter bil som transportmiddel.

Bruken av nærområdene er **generelt høy** blant innbyggerne i regionen, **70 prosent** benytter tilbudet i **stor grad**. Bruken **øker med alderen** og er aller høyest blant de over 60 år. Regionalt er **bruken høyest** i **Bærum** og **Oslo** og **lavest** i **Lillestrøm**. Bruken er lavest blant de yngste (18-29 år) som bor utenfor sentrale bydeler i Oslo. De som **benytter nærområdene** minst opplever **tilbudet** som **begrenset** og **lite variert**, og området generelt oppfattes ikke som et hyggelig sted å oppholde seg.

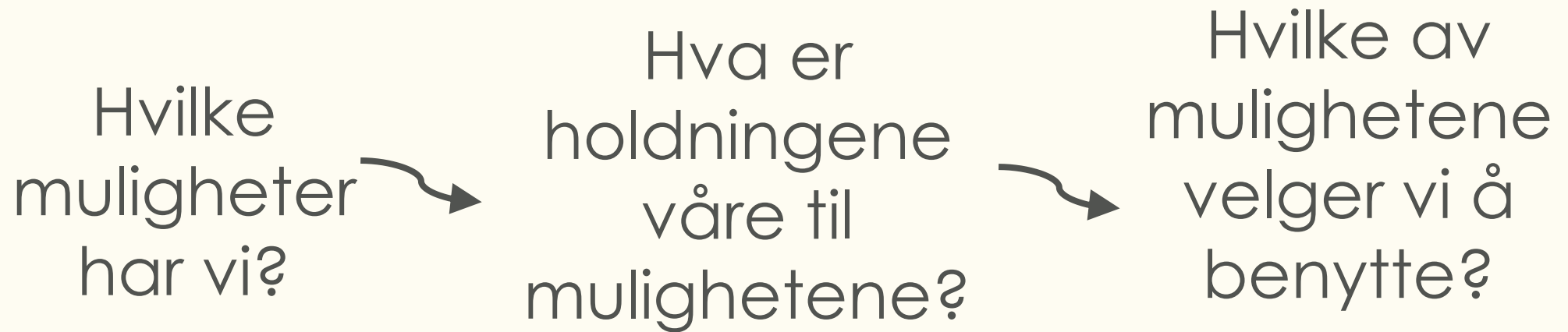
Alt i alt, fremstår det som at **forenkling av hverdagen** og særlig **tidsbesparelse** er de sterkeste **driverne** bak **transportvalg** i regionen, både når det kommer til egne reisevaner, men også hvordan man handler og returnerer varer på nettet. **Tilgang** til – og **oppfatning** av det lokale **nærtillbudet** spiller også en stor rolle i forhold til **mengden** og **typen transport** som genereres i regionen.



3 HVORDAN REISER VI?



Reisevanene i regionen er drevet av tilbudet som er tilgjengelig og befolkningens holdninger til tilbudet



Hvilke muligheter har vi?

BIL

- Som fører
- Som passasjer
- Egen bil
- Leiebil
- Bildelingsordning
- Taxi

KOLLEKTIVT

- Buss
- Tog
- Trikk
- Ferge
- T-bane

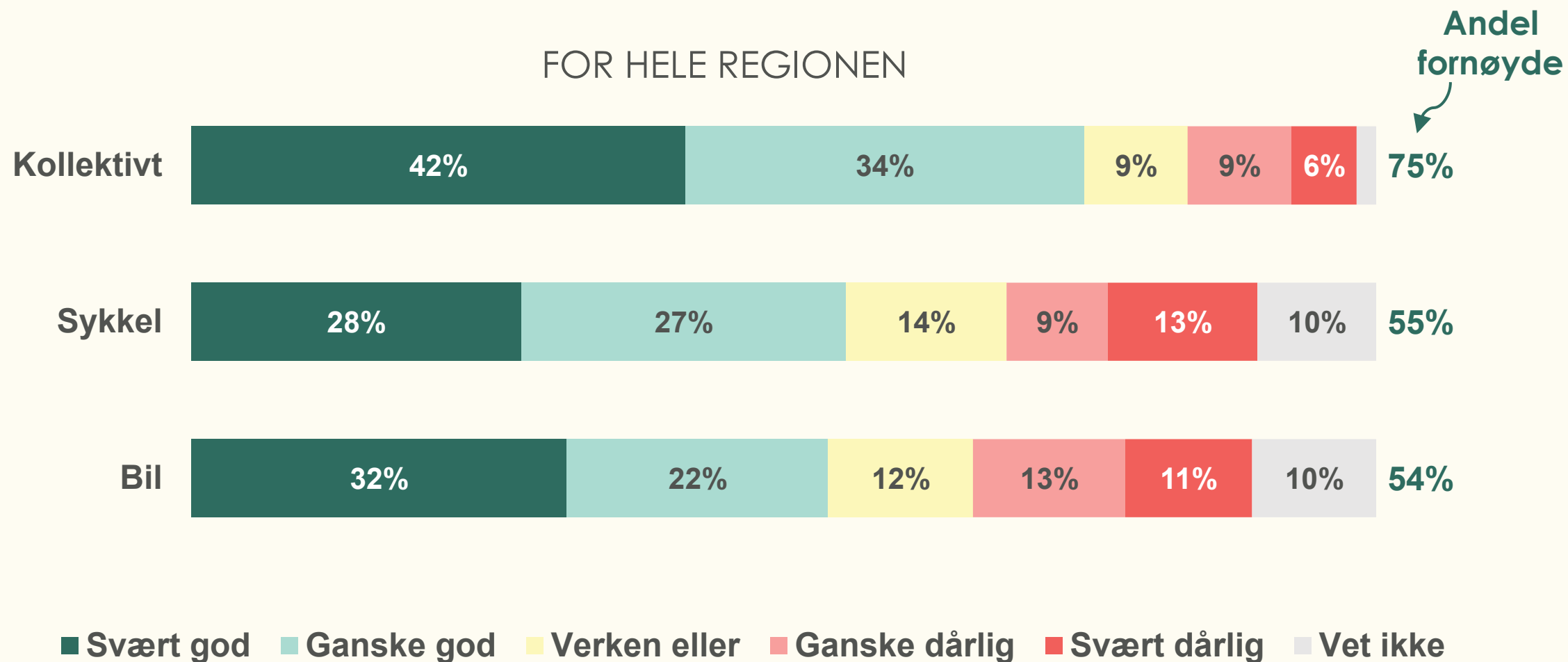
PERSONLIG MOBILITET

- Sykkel
- Elsykkel
- El sparkesykkel
- (Gange)



Tilgjengelighet til arbeid-/studiested

FOR HELE REGIONEN

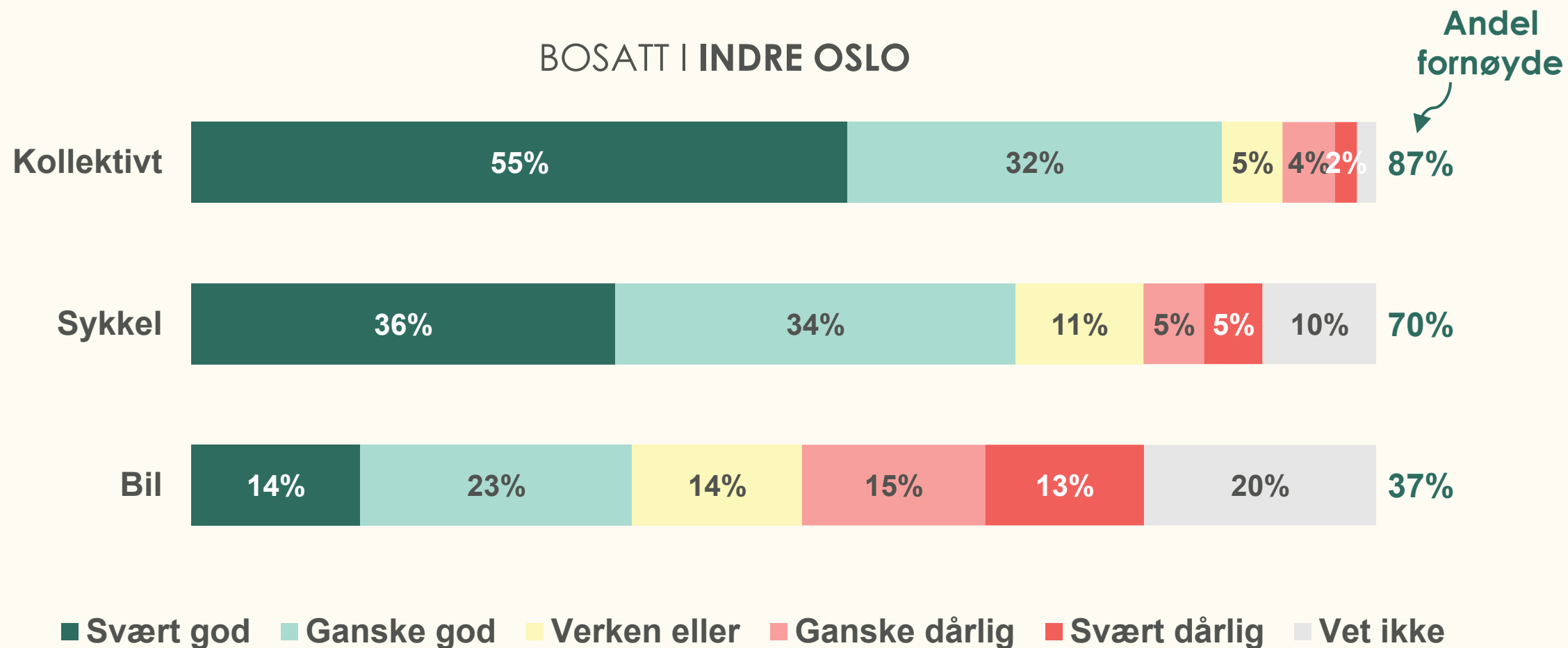


*Base: Er i arbeid eller er student / elev

n= 4351 ? I hvilken grad vil du si følgende transportmiddel er tilgjengelig til ditt arbeid/studiested?



Tilgjengelighet til arbeid-/studiested

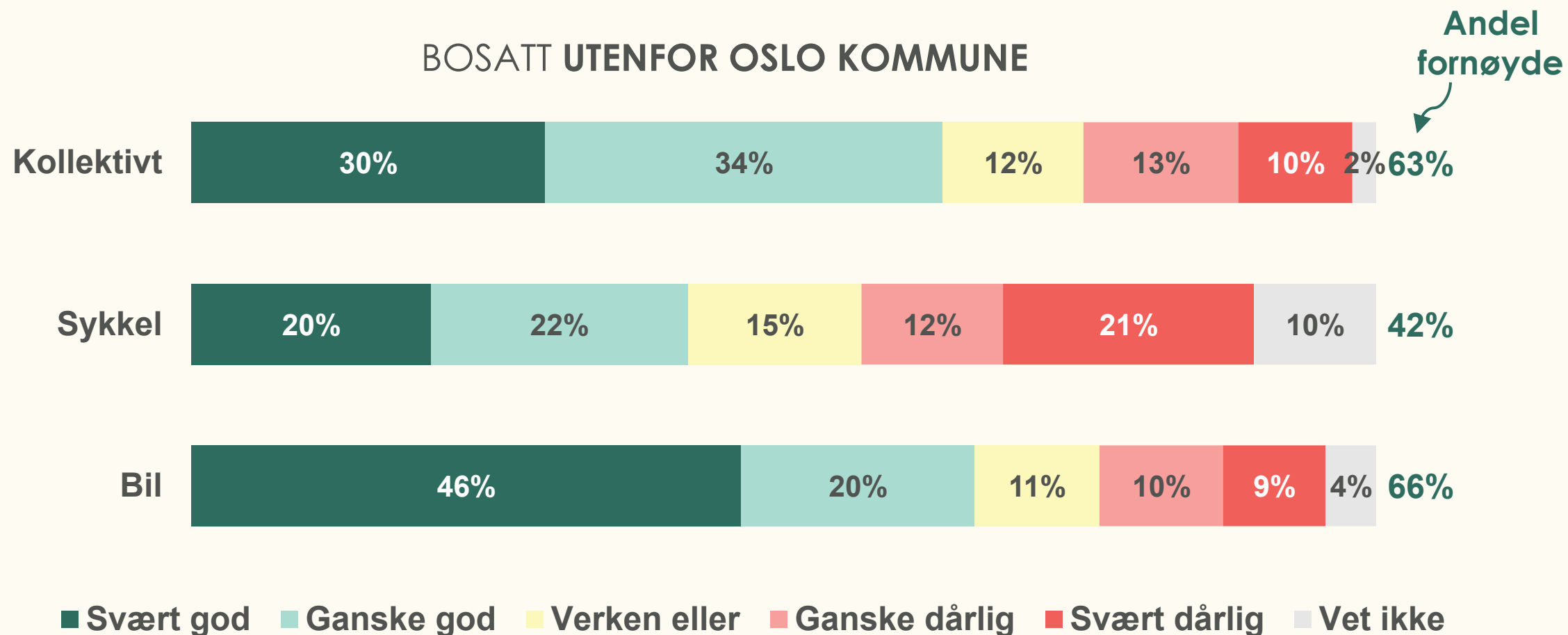


*Base: Er i arbeid eller er student / elev, bosatt i indre Oslo

n= 1042 ? I hvilken grad vil du si følgende transportmiddel er tilgjengelig til ditt arbeid/studiested?



Tilgjengelighet til arbeid-/studiested



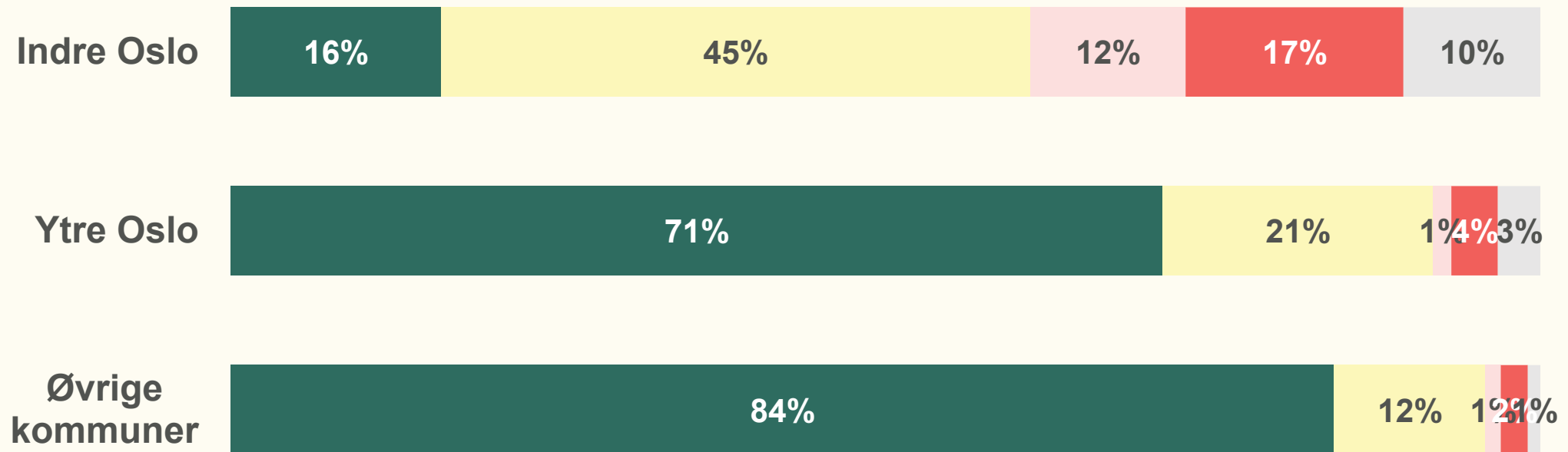
*Base: Er i arbeid eller er student / elev, bosatt utenfor Oslo kommune

n= 2205 ? I hvilken grad vil du si følgende transportmiddel er tilgjengelig til ditt arbeid/studiested?



Skal du ha bil i sentrum blir det dyrt

Bilparkering ved bosted

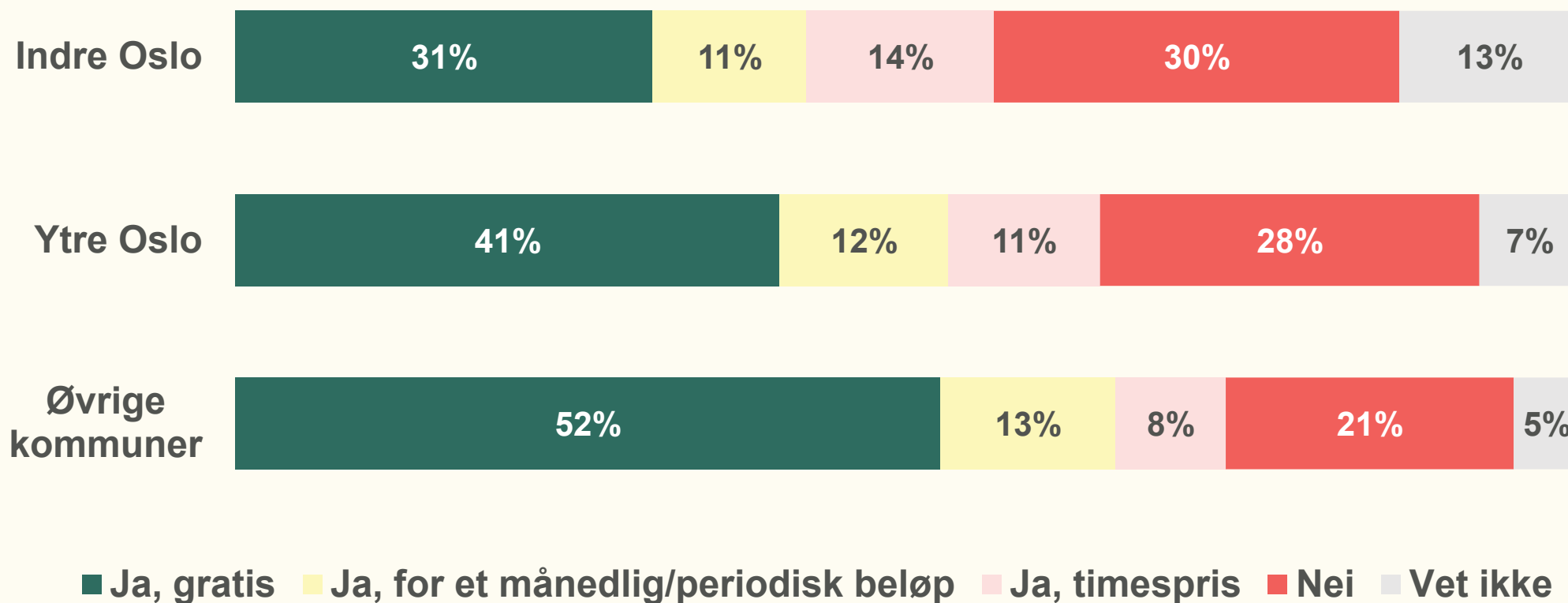


■ Ja, gratis ■ Ja, for et månedlig/periodisk beløp ■ Ja, timespris ■ Nei ■ Vet ikke



Og det koster å kjøre til jobben...

Bilparkering ved arbeid-/studiested



*Base: Er i arbeid eller er student / elev, bosatt utenfor Oslo kommune

n= 4352 ? Har du tilgang til parkering ved.. Din arbeidsplass/studiested



Holdningene til mulighetene forklarer handlingsmønsteret

Hvilke
muligheter
har vi?



**Hva er
holdningene
våre til
mulighetene?**

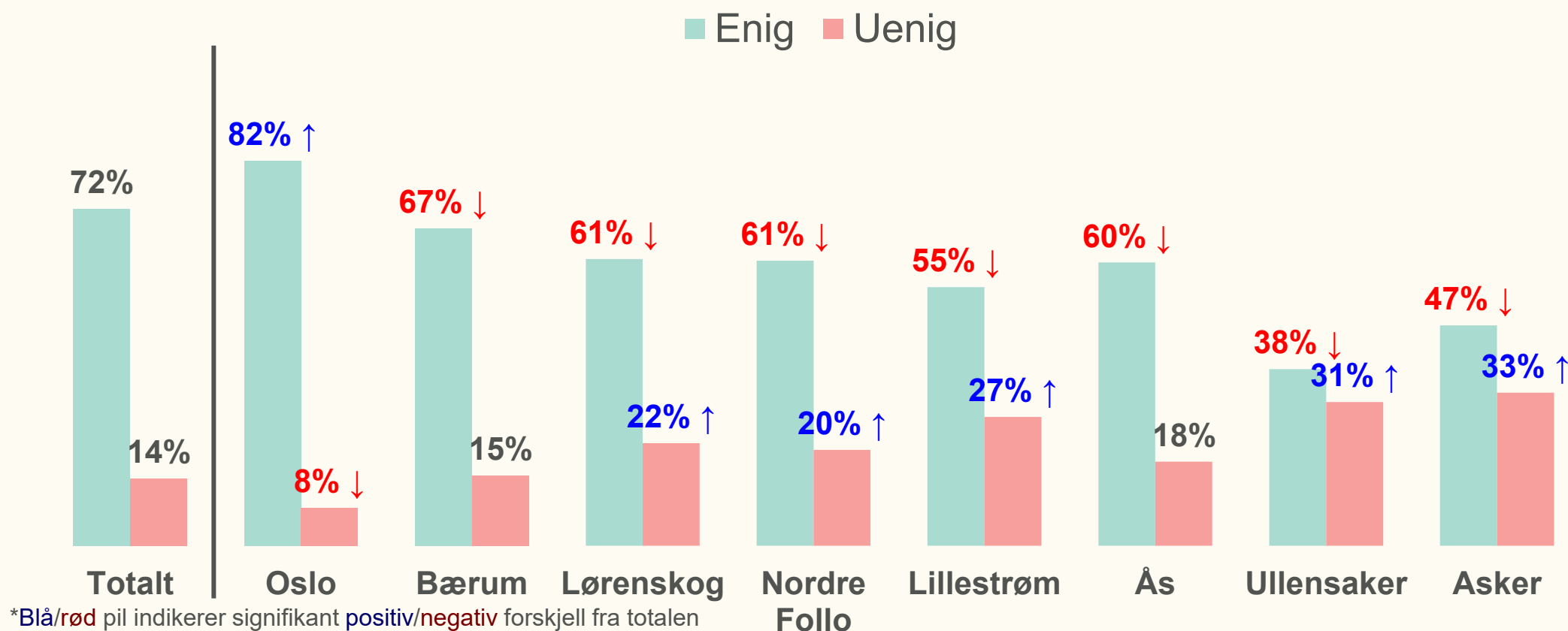


Hvilke av
mulighetene
velger vi å
benytte?



I Oslo er de aller fleste fornøyde med tilbudet

Jeg er stort sett fornøyd med kollektivtilbudet i mitt nærområde



n= 5847

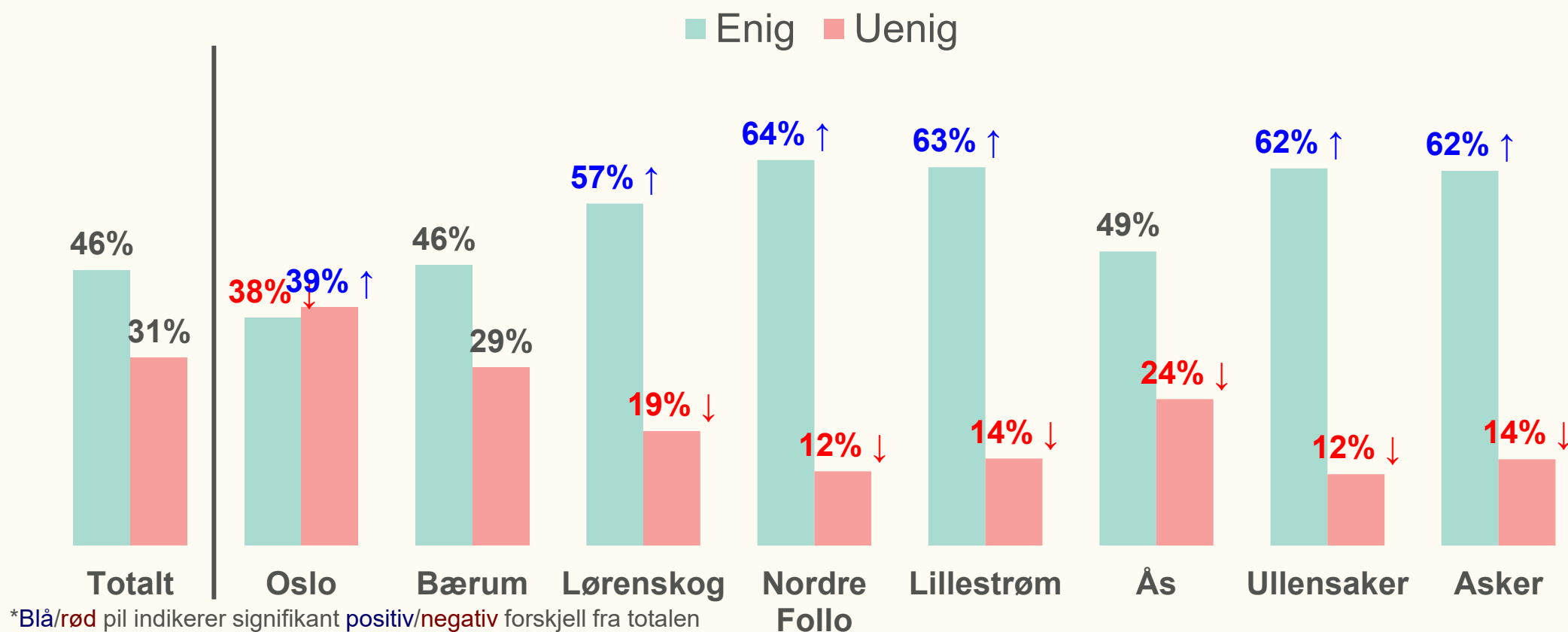
?

I hvilken grad er du enig eller uenig i følgende påstander om kollektivtransport i og fra ditt nærområde?



Misnøyen øker jo lenger man reiser fra Oslo

Det er ofte forsinkelser og uforutsigbarheter



n= 5847

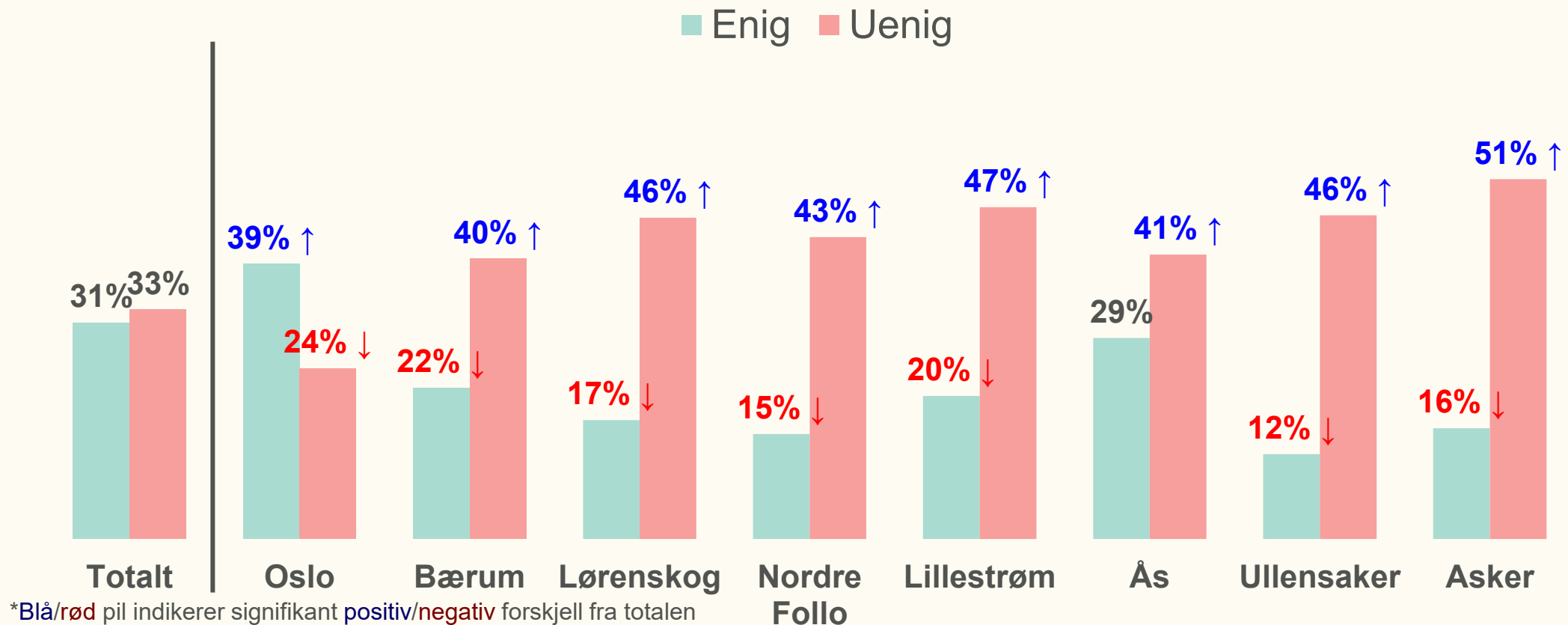
?

I hvilken grad er du enig eller uenig i følgende påstander om kollektivtransport i og fra ditt nærområde?



For mange bosatt utenfor Oslo oppfattes ikke sykkelen som tidsbesparende

Bruk av sykkel er tidsbesparende for mine vanlige reisevaner



n= 5847

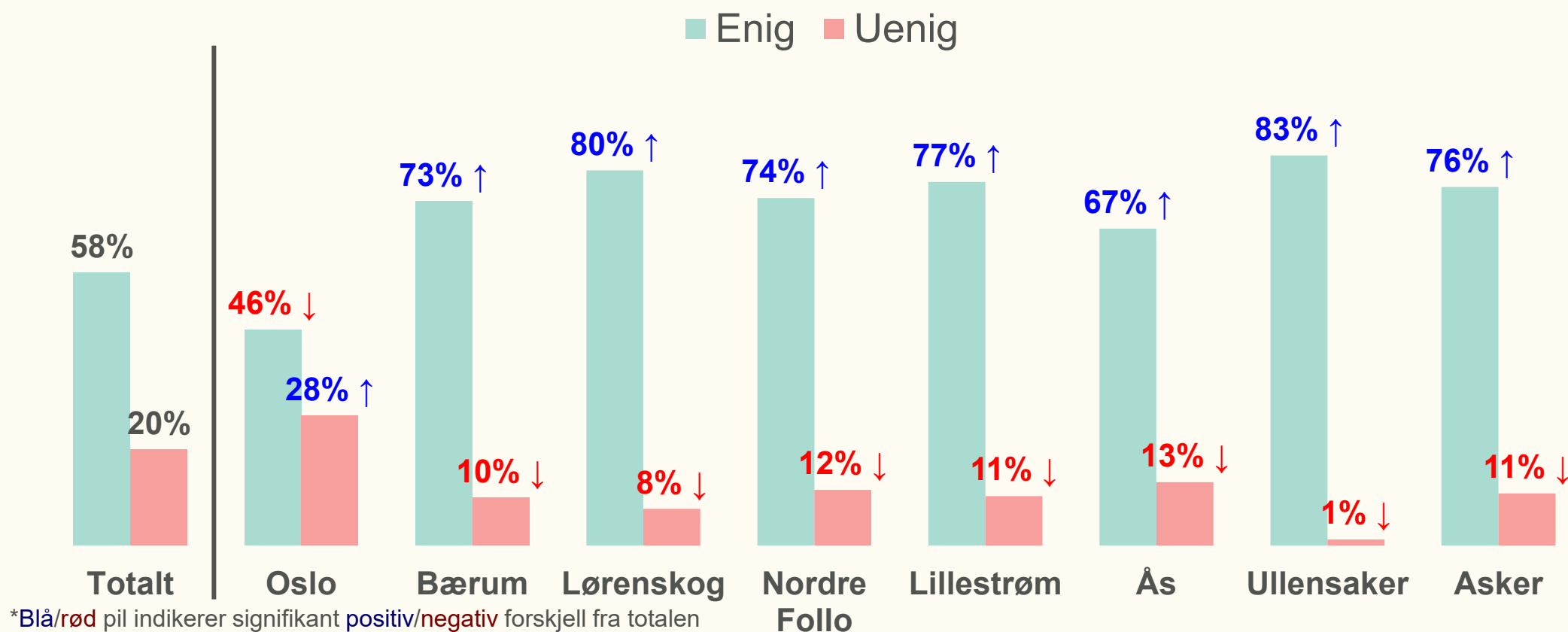
?

I hvilken grad er du enig eller uenig i følgende påstander om kollektivtransport i og fra ditt nærområde?



Bilen frister med tidsbesparelser for alle utenfor Oslo

Bruk av bil er tidsbesparende for mine vanlige reisevaner



Fra holdning til handling

Hvilke
muligheter
har vi?



Hva er
holdningene
våre til
mulighetene?

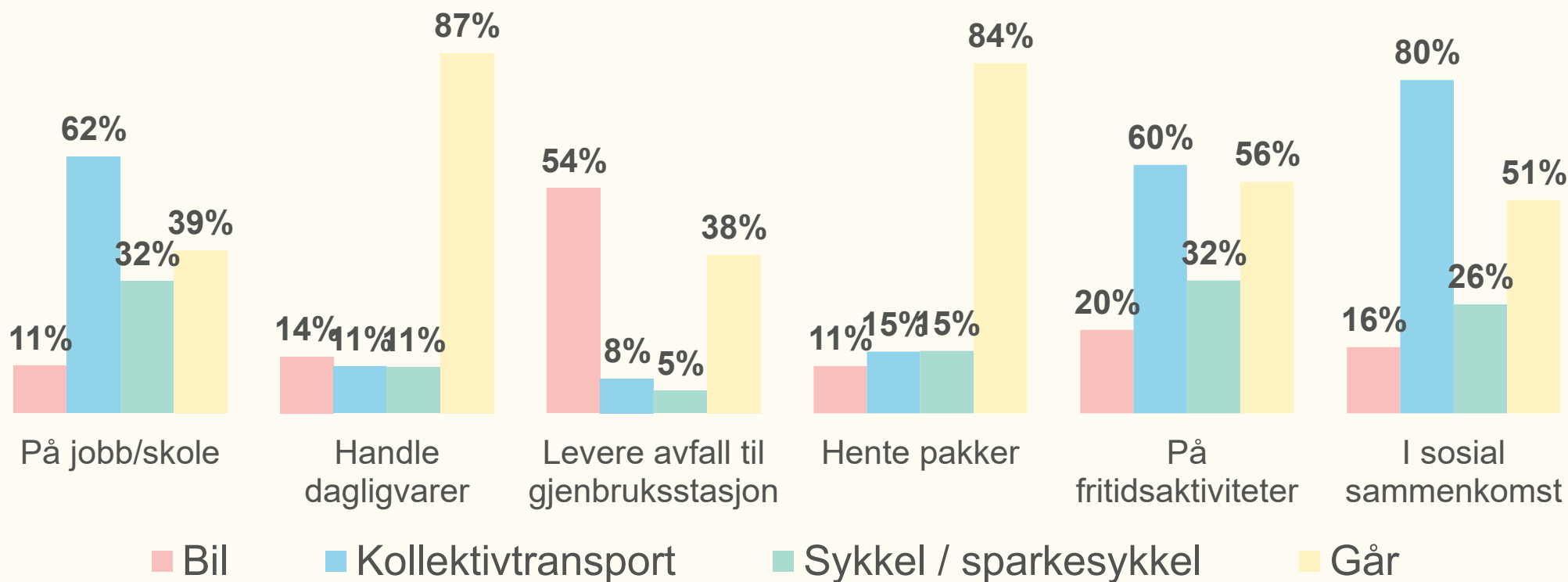


**Hvilke av
mulighetene
velger vi å
benytte?**



Hva benytter du vanligvis når du skal...

BOSATT I INDRE OSLO



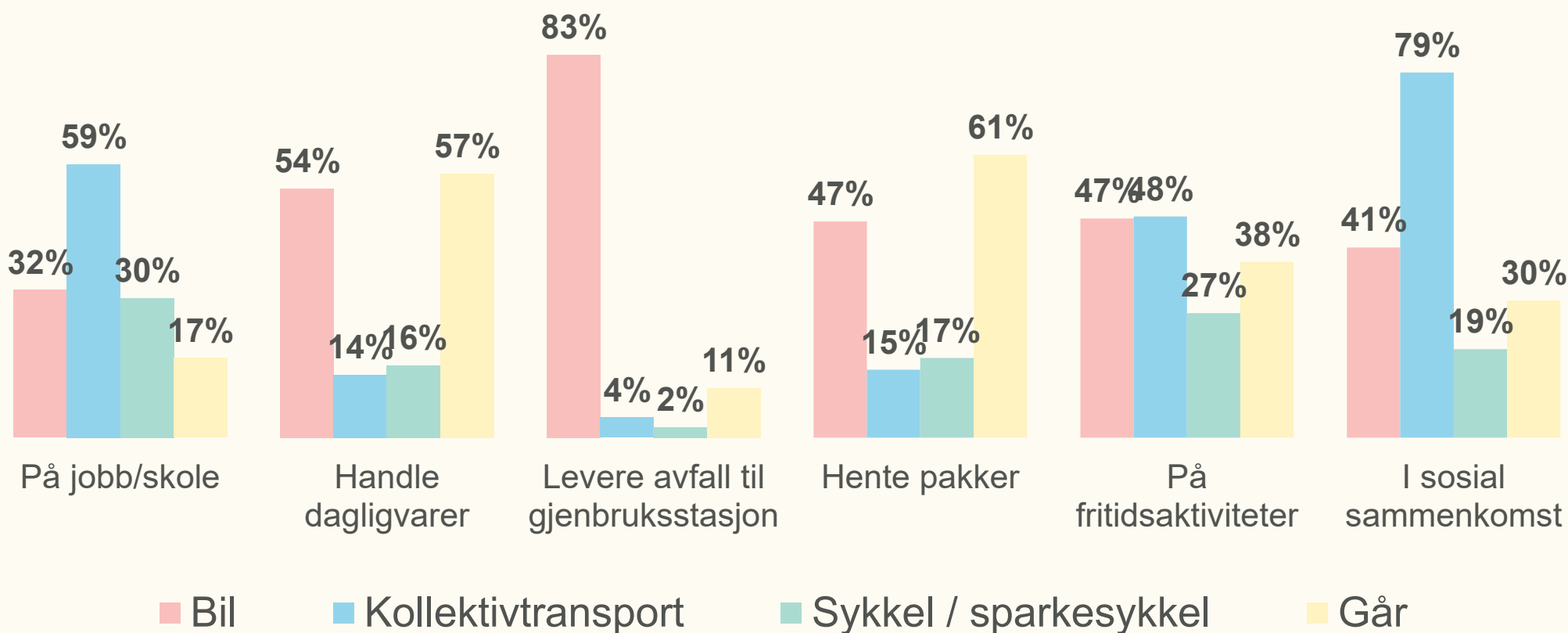
n= 1042 / 1288

? Hva benytter du vanligvis når du.. Skal:



Hva benytter du vanligvis når du skal...

BOSATT I YTRE OSLO



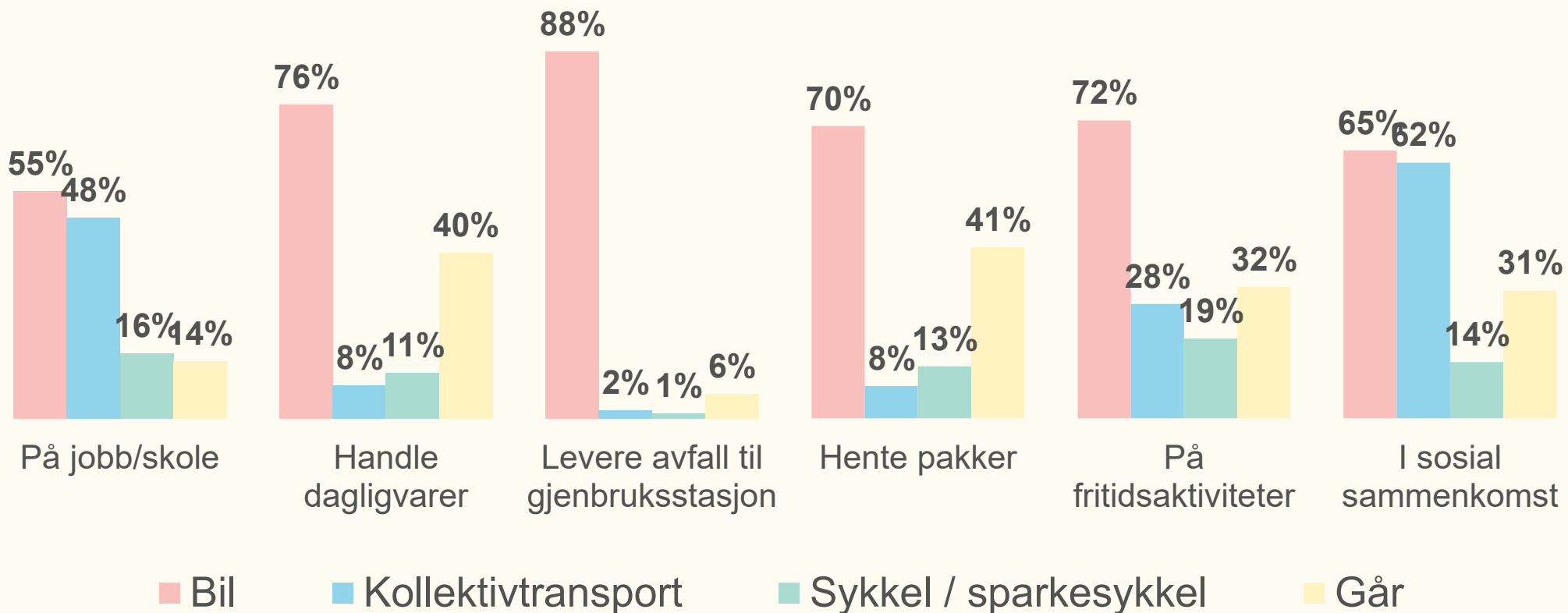
n= 1104 / 1478

? Hva benytter du vanligvis når du.. Skal:



Hva benytter du vanligvis når du skal...

BOSATT UTENFOR OSLO KOMMUNE



n= 2206 / 3081

? Hva benytter du vanligvis når du.. Skal:



Fokusgruppene viser det samme mønsteret mellom Oslo og øvrige kommuner



Jeg har funnet ut at, uansett hvor du skal, hvis du skal innenfor
...i alle fall Ring 3, så er sykkel det raskeste
(Kvinne, 32, bosatt på Torshov)

Jeg bare går ut døra, jeg sjekker ikke tider engang. Jeg sykler over alt,
også supplerer jeg med kollektivt hvis jeg skal lengre avstander eller
det ikke passer seg å ha med sykkel
(Kvinne, 42, bosatt i Nydalen)



Kollektivtilbudet er for dårlig til at det skal være attraktivt.
De fjerner parkeringsplassene, men setter ikke opp nok busser.
Vi bor ikke så langt fra Sandvika, men det er ikke så mye god,
naturlig busstrafikk dit. Det gjør at jeg tar heller bilen.
(Mann, 55, bosatt på Stabekk)

I og med at jeg må bytte et par ganger, så blir det vanskelig.
På hjemreisen, hvis jeg ikke rekker en av overgangene,
må jeg stå å vente 20 minutter på neste buss. Det gidder jeg ikke.
(Mann, 43, bosatt på Rælingen)



4

HVORDAN HANDLER VI?



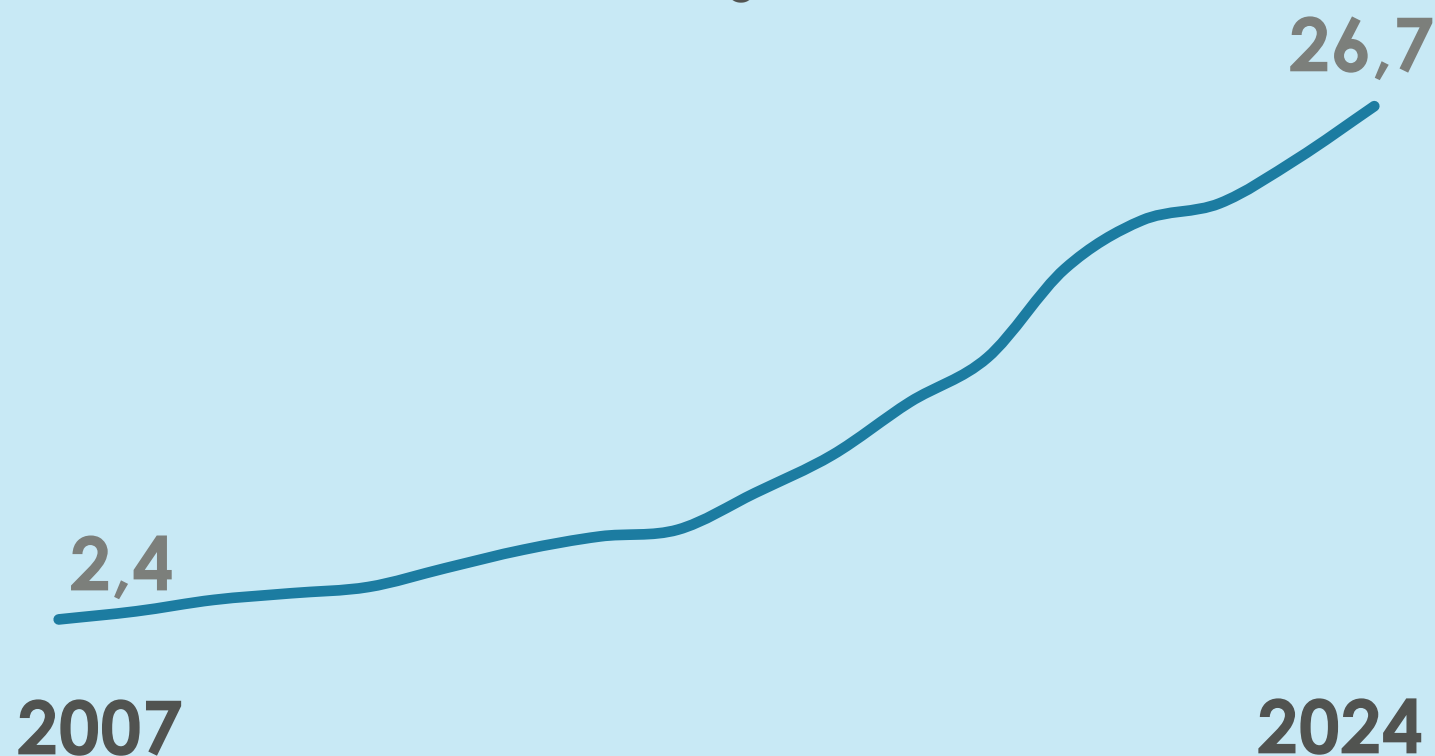
Netthandelen er mer enn tidoblet siden 2007



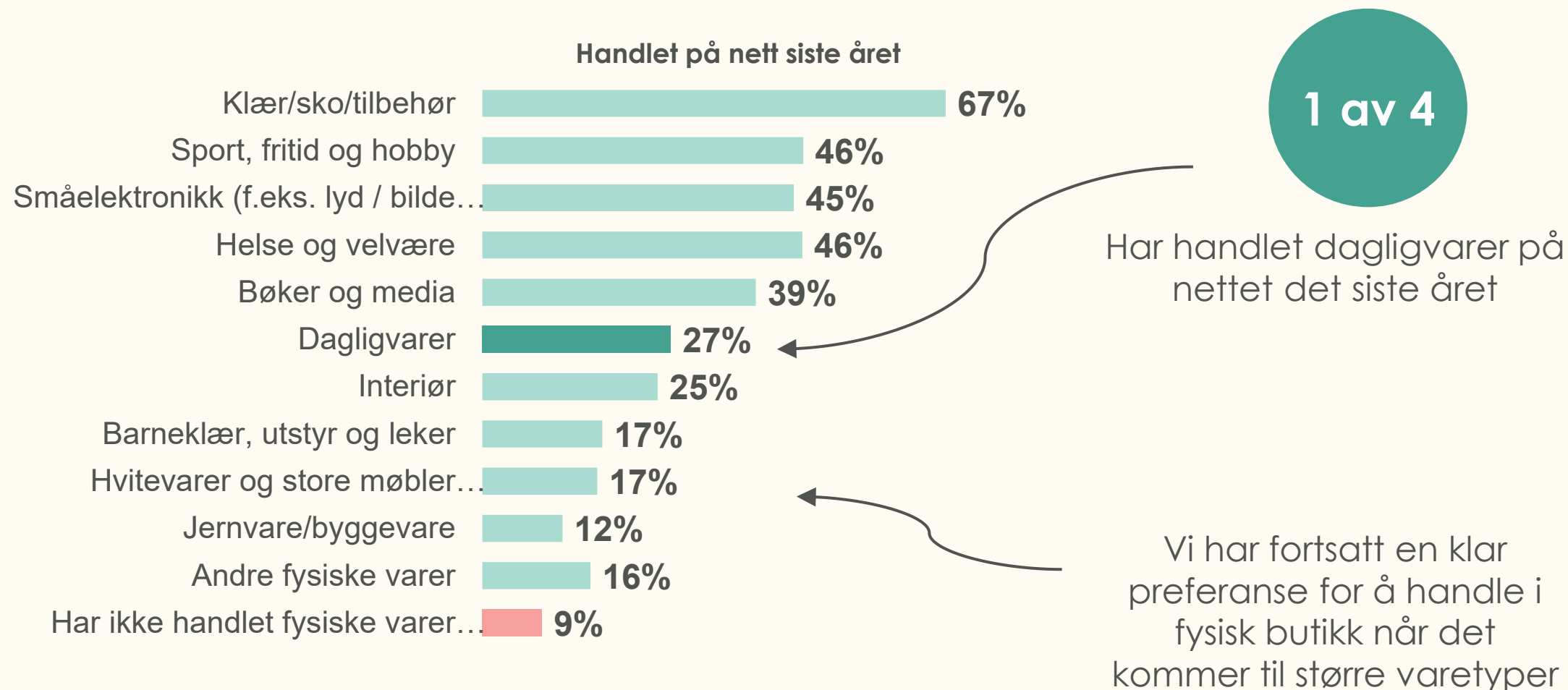
Korthandler i 2025 skjer
på nettet

Netthandelens prosentdel av alle varekjøp
med norske kort.

Kilde: Norges Bank

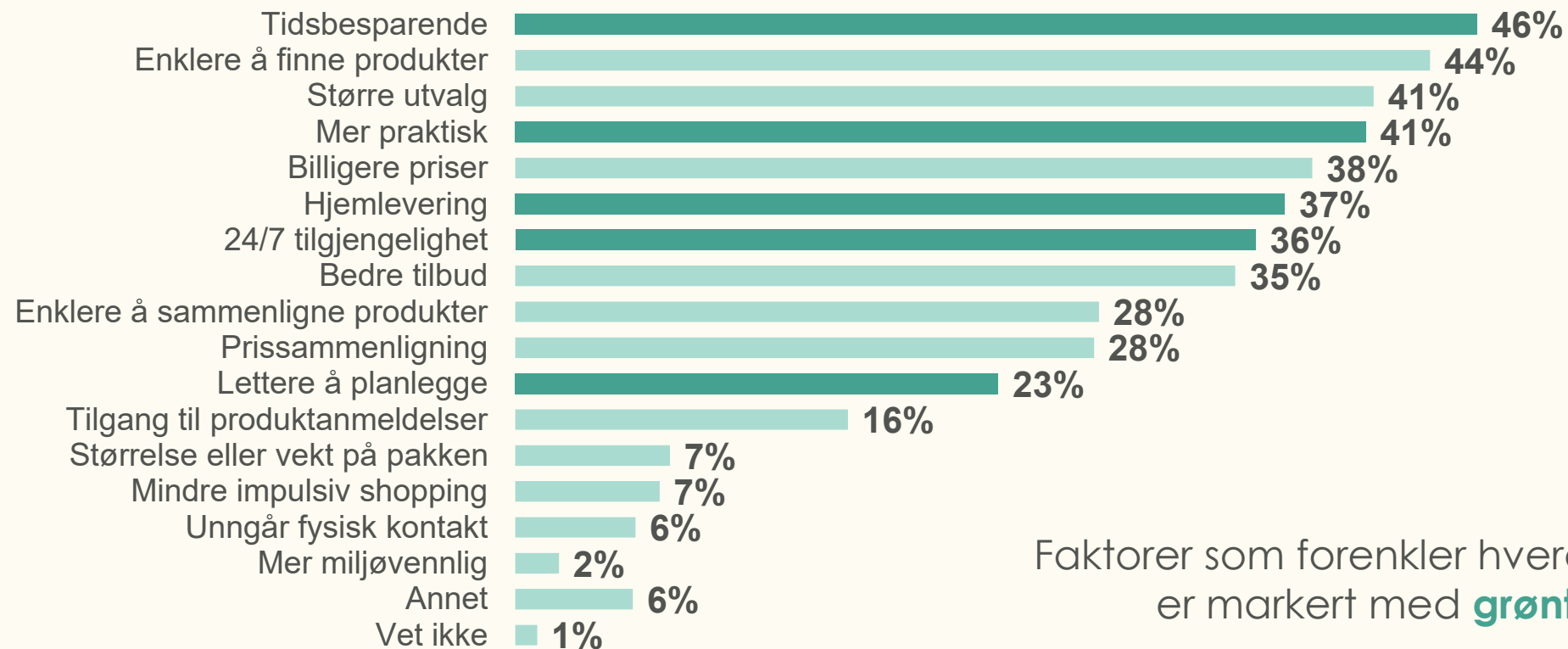


To av tre har handlet klær, sko eller tilbehør det siste året



Netthandelen har forenklet hverdagen

Årsak bak valg av netthandel foran fysisk butikk (annet enn dagligvarer)



Faktorer som forenkler hverdagen
er markert med **grønt**

*Base: Har handlet på nett siste året (annet enn dagligvarer)

n= 5238 ? Hva er årsaken til at du valgte å handle fysiske varer på nett istedenfor i butikk? (Andre varer enn dagligvarer)



A shopping cart is positioned on a green lawn under a blue sky with light clouds. The cart is empty and has a red handle. Two large, semi-transparent orange circles are overlaid on the image, each containing text. The background shows some trees and a fence in the distance.

7 %

Handler **ukentlig**
dagligvarer på **nett**

95 %

Handler **ukentlig**
dagligvarer i **fysisk**
butikk





7 %

Handler **ukentlig**
dagligvarer på **nett**

Forklaring:

Regnestykket er en sterk simplifisering av virkeligheten for å illustrere hvor mye transport et mindretall (7 %) av befolkningen likevel kan skape. Regnestykket har som utgangspunkt at den voksne befolkningen i region utgjør om lag en million mennesker. Avstanden beregnet for hver enkelt levering er satt til et pragmatisk estimat på 300 meter. Real totaldistanse kjørt av budbiler per levering er trolig høyere. I tillegg kommer den delen av befolkningen som bestiller sjeldnere enn ukentlig, som også bidrar til et reelt høyere estimat enn oppgitt

$1\,000\,000 * 0,07 =$
70 000 handler ukentlig

$70\,000 \text{ kunder} * 0,3 \text{ km} =$
21 000 km ukentlig

$21\,000 \text{ km pr. uke} * 52 \text{ uker} =$

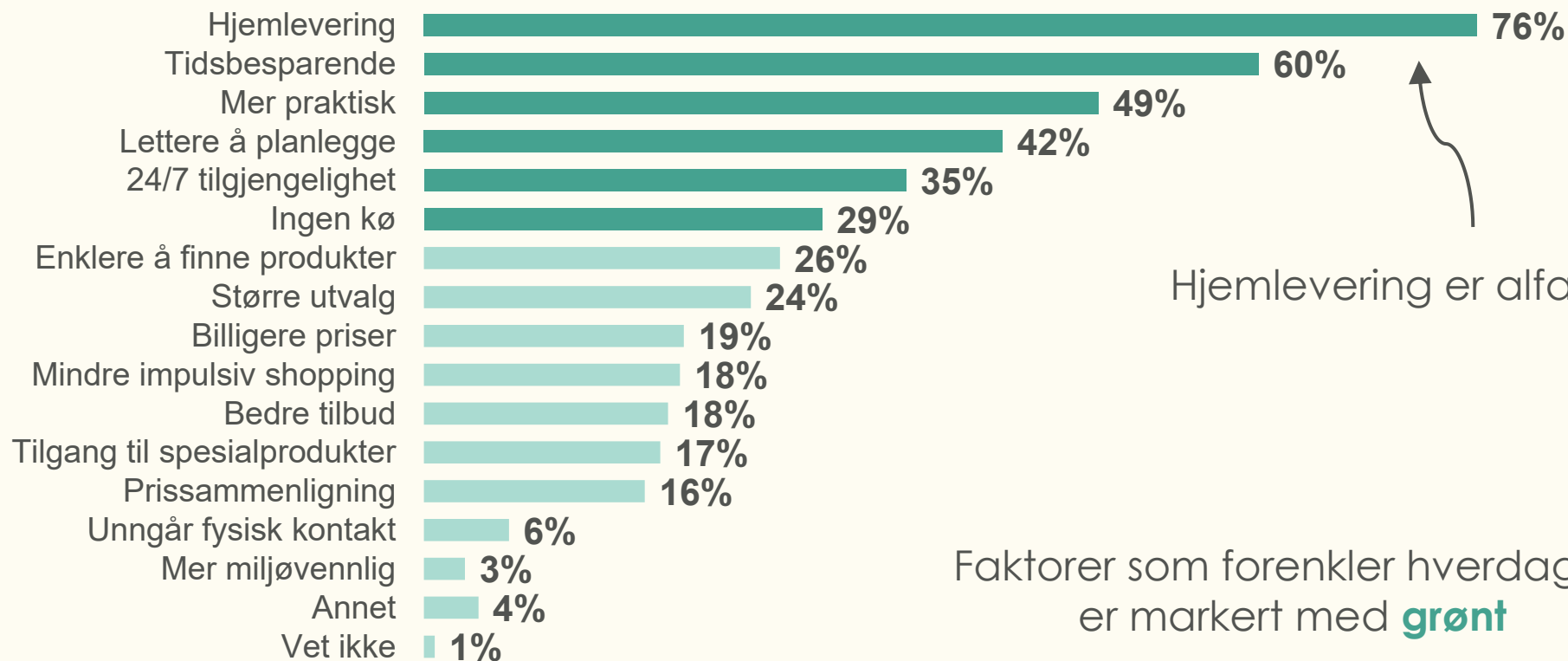
1 092 000 km i året

27 ganger rundt ekvator



Vi handler dagligvarer på nettet fordi vi kan få de levert på døra

Årsak bak valg av netthandel foran fysisk butikk for dagligvarer



Hjemlevering er alfa omega

Faktorer som forenkler hverdagen er markert med **grønt**

*Base: Har handlet dagligvarer på nett siste året

n= 1574

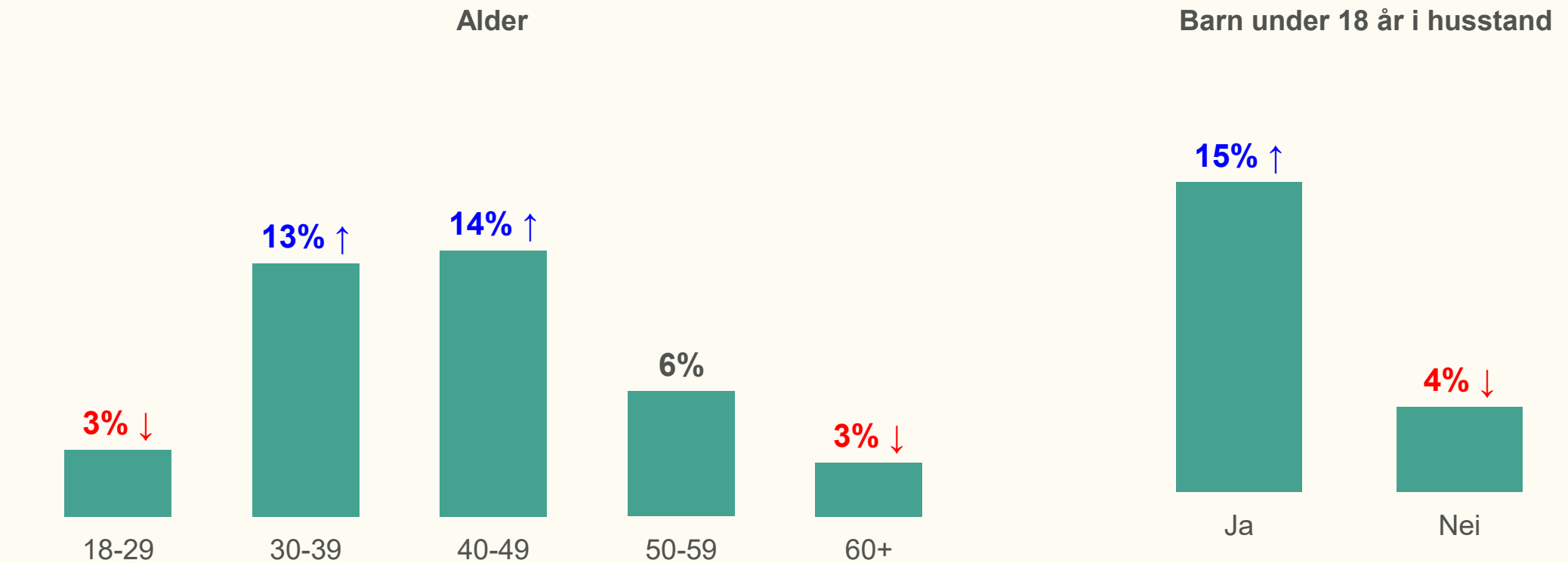
?

Hva er årsaken til at du valgte å handle dagligvarer på nett istedenfor i butikk?



Barnefamiliene dominerer netthandel av dagligvarer

Andel som handler dagligvarer på nett **ukentlig**



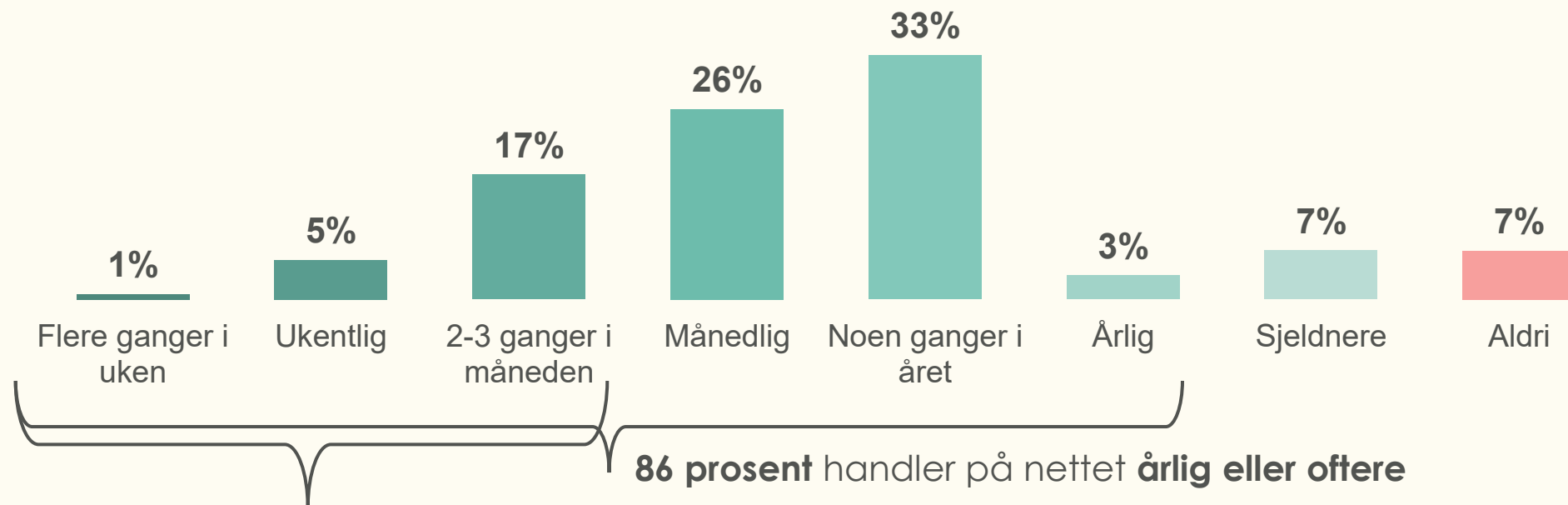
*Blå/rød pil indikerer signifikant positiv/negativ forskjell fra totalen



Hva med alt utenom dagligvarer?

86 prosent handler fysiske varer på nettet i 2025

Hvor ofte handler du fysiske varer (annet enn dagligvarer) på nett?

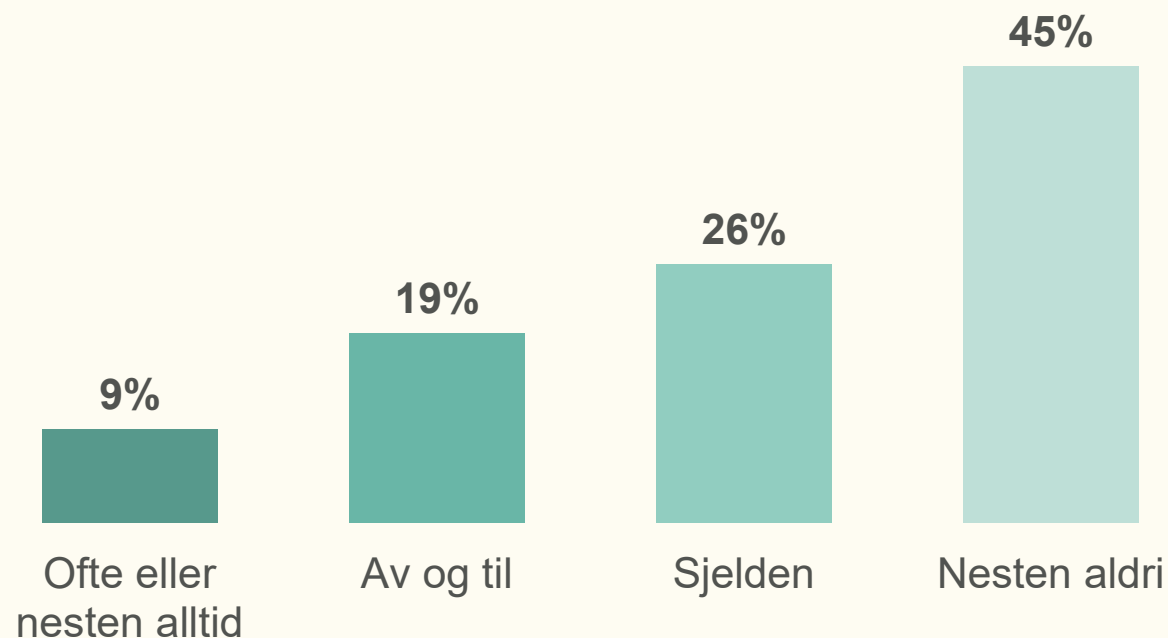


23 prosent handler flere ganger i måneden, denne gruppen står for om lag **to tredjedeler av antall netthandler**



Tre av ti netthandlere benytter seg regelmessig av returmuligheten

Av de fysiske varene du handler på nett,
cirka hvor ofte returnerer du?



På toppen av returstatistikken:

- De som handler ofte på nettet
- Kvinner
- Bosatt i indre Oslo (Grünerløkka og Sagene på topp)

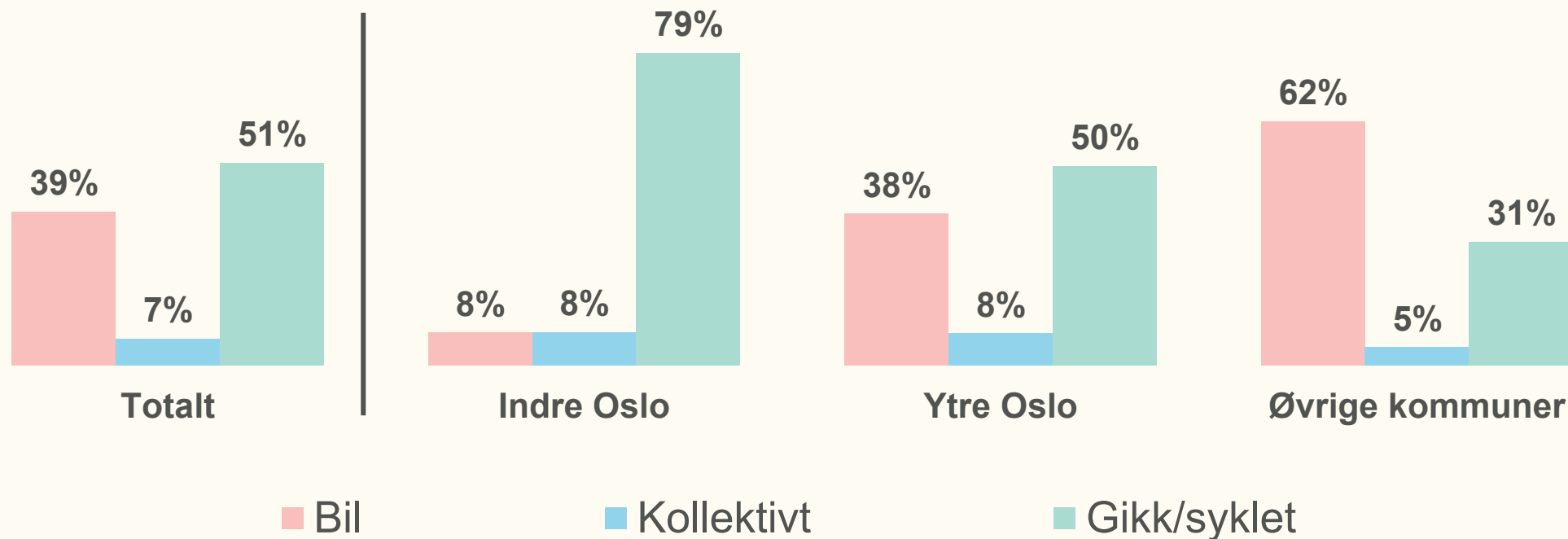
*Base: Har handlet på nett siste året (annet enn dagligvarer)

n= 5238 ? Av de fysiske varene du handler på nett, cirka hvor ofte returnerer du?



For de som bor utenfor Oslo innebærer netthandel gjerne en biltur

Forrige gang du handlet fysiske varer på nettet som ikke ble levert helt hjem, hvordan reiste du til stedet du hentet pakken?



*Base: Har handlet på nett siste året (annet enn dagligvarer)

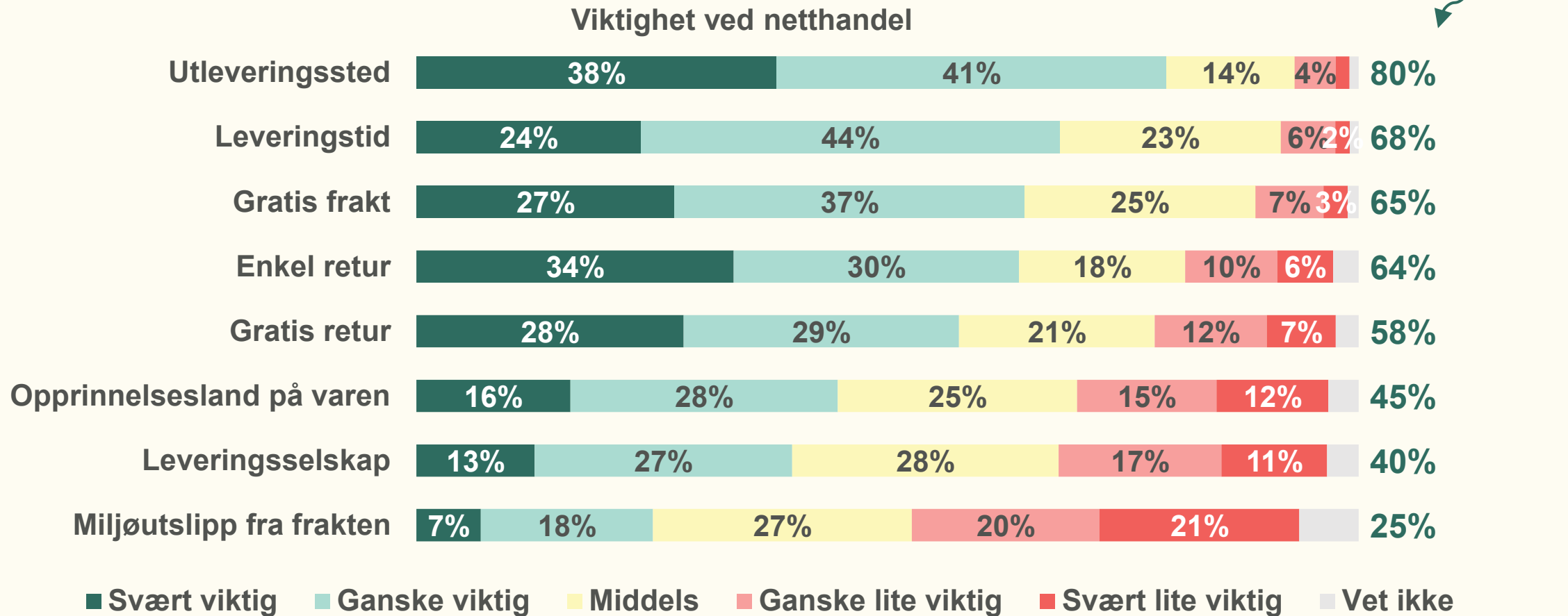
n= 5238

?

Tenk tilbake til forrige gang du handlet fysiske varer på nettet som ikke ble levert helt hjem, hvordan reiste du til stedet du hentet pakken?



Miljøutslipp ved frakten er minst viktig



*Base: Har handlet på nett siste året (annet enn dagligvarer)

n= 5238 ? Hvor viktig er følgende når du bestiller fysiske varer på nettet?



Fokusgruppene gjenspeiler funnene fra kvantitativ undersøkelse

Fokus rundt transporten som genereres og miljøutslipp er ikke det vi tenker på når vi handler på nettet – Det handler først og fremst om praktikalitet og besparelse. Mange har et distansert forhold til hvordan pakkene deres leveres



Jeg vil helst ha det levert til min dør, i 4. etasje uten heis.
(Kvinne, 32, bosatt på Torshov)

**Hvis prisen går ned innen returfristen,
så sender jeg det i retur og kjøper det om igjen.**
(Kvinne, 49, bosatt på Sagene)



Alle varene kommer fra Kina uansett.
(Mann, 48, bosatt i Bærum)



5

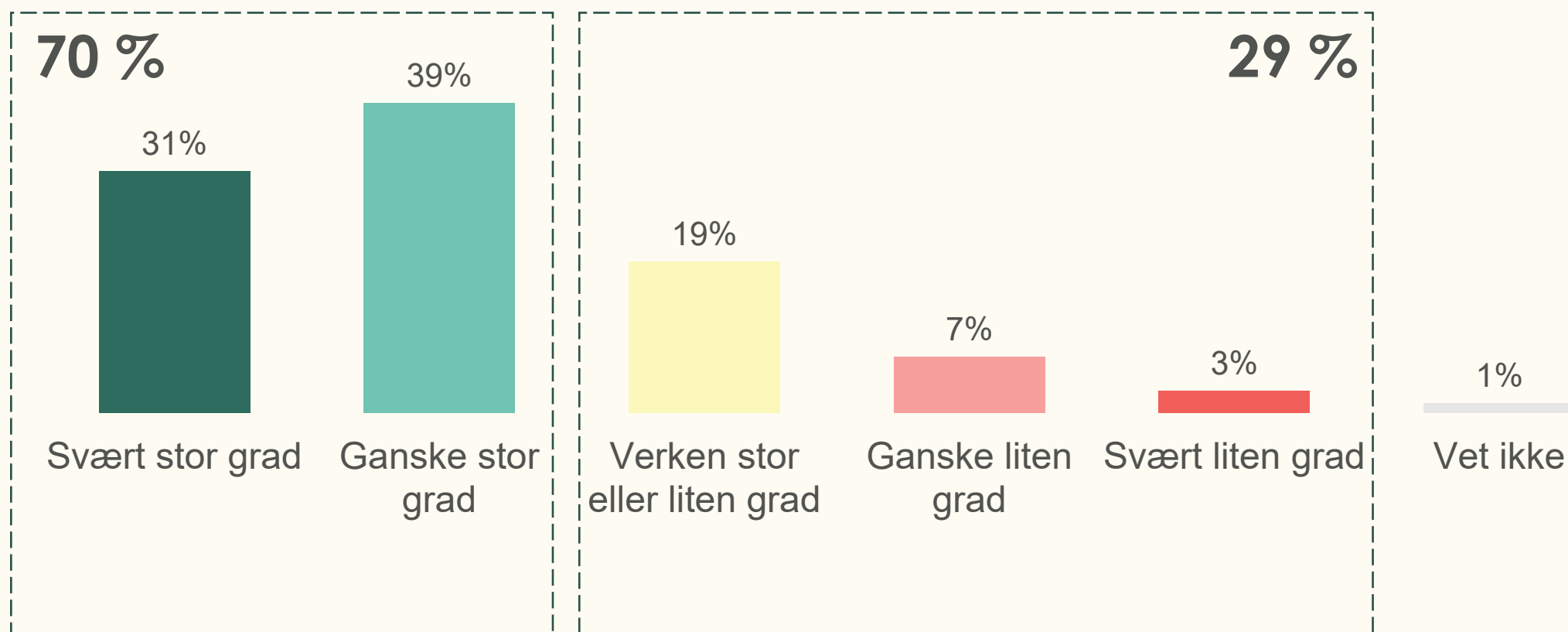
HVORDAN BENYTTER VI NÆROMRÅDET?



Majoriteten benytter seg av nærsentrumet i stor grad – Tre av ti ser på seg selv som svært hyppige brukere

I hvilken grad benytter du deg av ditt naturlige nærsentrum eller nærområde?

Ditt naturlige nærsentrum = Klynge av butikker og servicetilbud



n= 5847

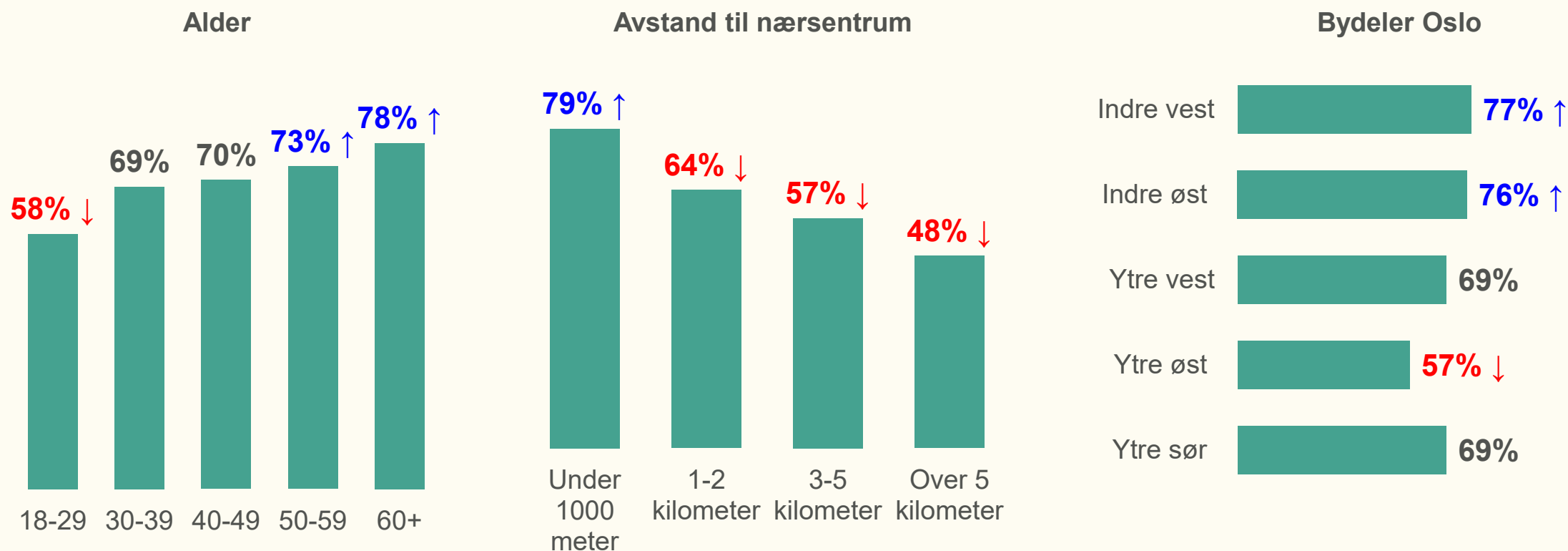
?

I hvilken grad benytter du deg av ditt naturlige nærsentrum eller nærområde?



De eldste benytter nærtilbudet i størst grad

Andel som benytter seg av **naturlige nærsentrum** i stor grad



*Blå/rød pil indikerer signifikant positiv/negativ forskjell fra totalen

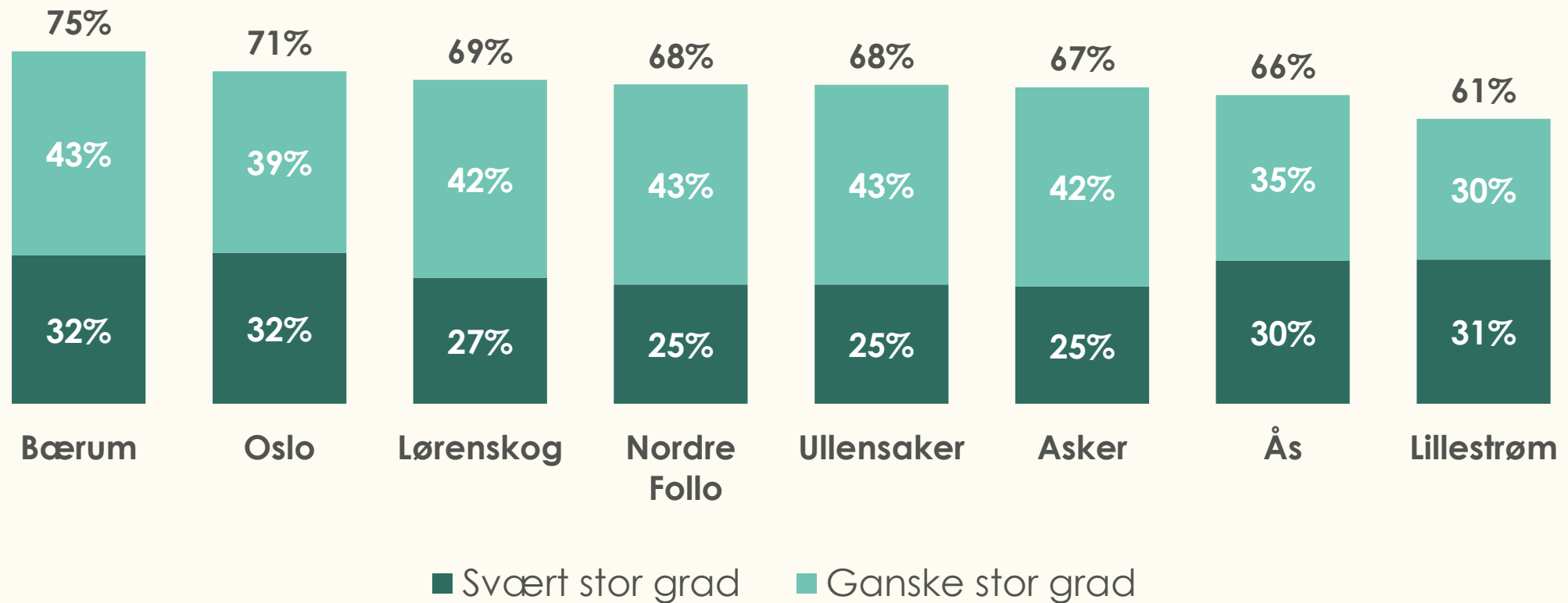
n= 5847 / 5847 / 2766

? I hvilken grad benytter du deg av ditt naturlige nærsentrum eller nærområde? Svar ganske eller svært stor grad



Bærum bruker nærsentrumet mest → Lillestrøm minst

Benytter seg av naturlige nærsentrum i stor grad

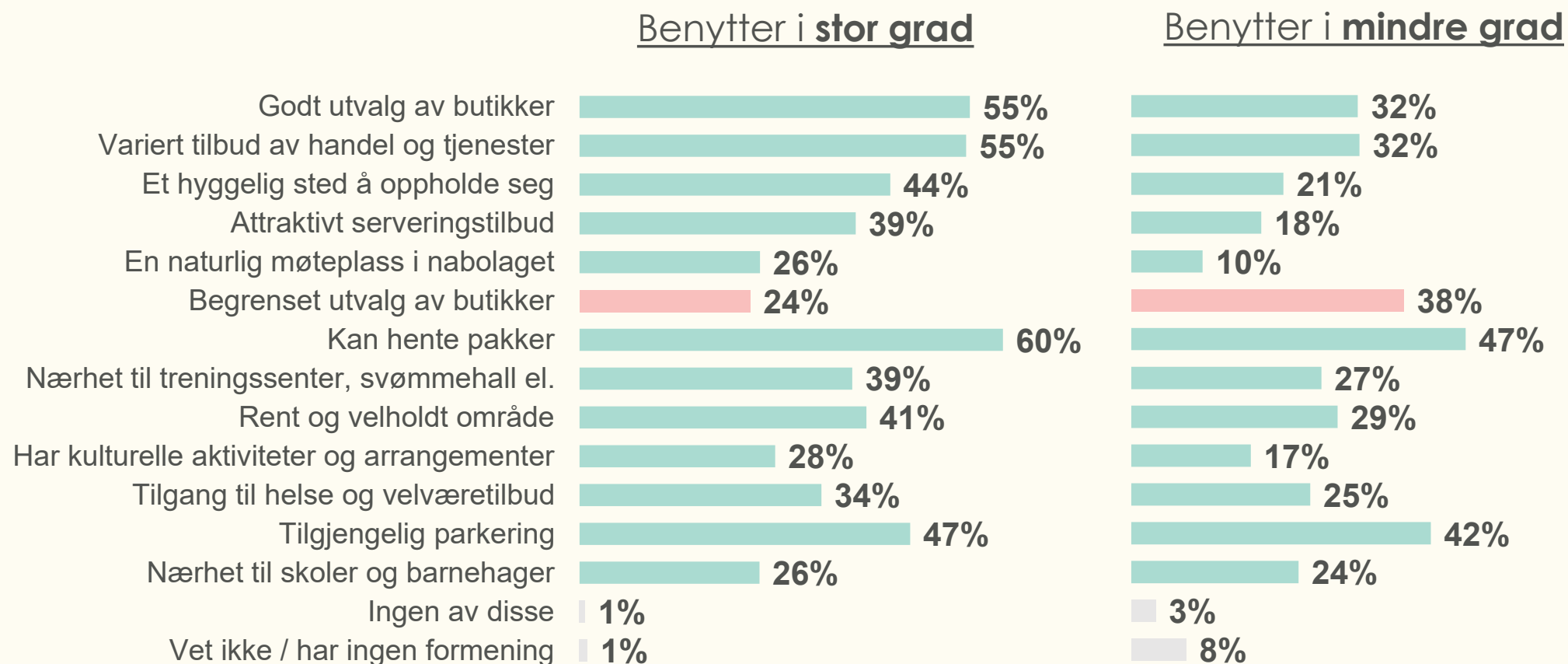


n= 5847

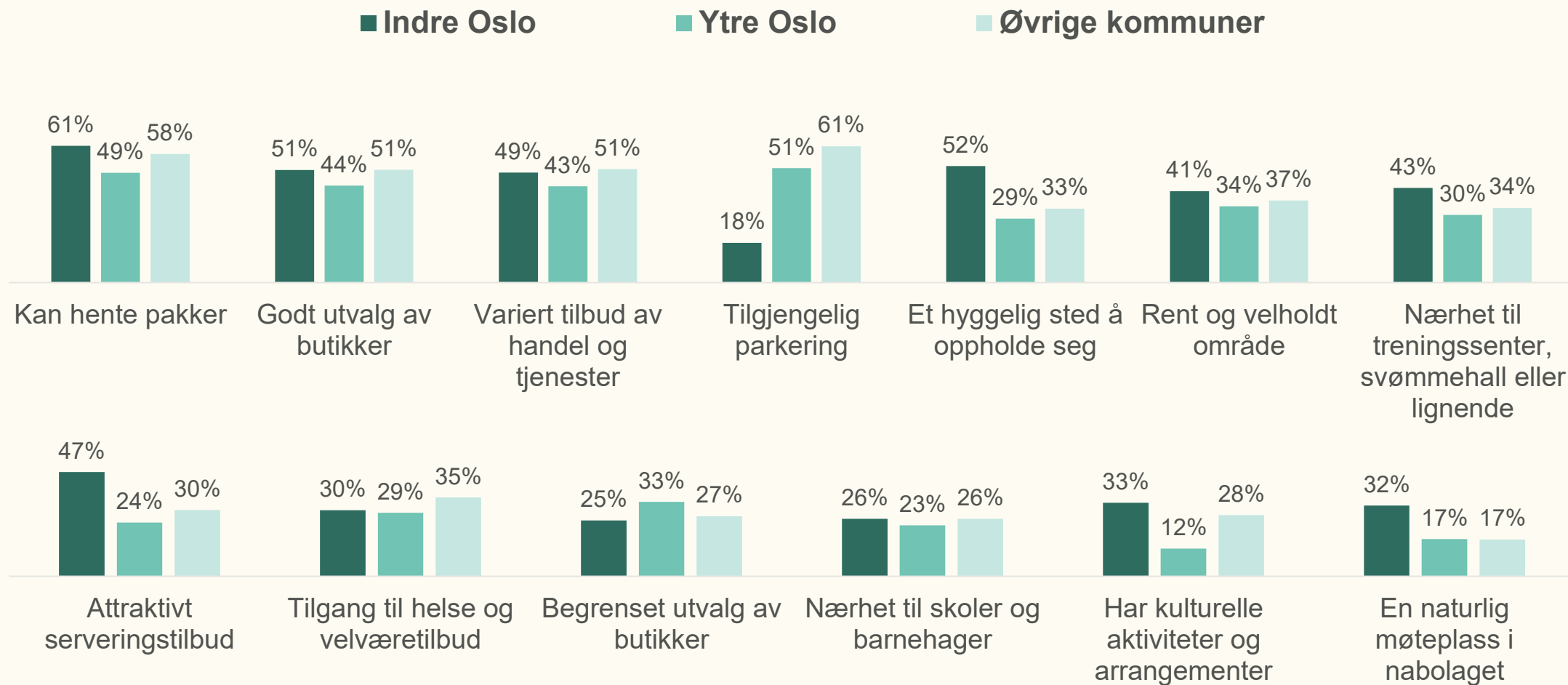
? I hvilken grad benytter du deg av ditt naturlige nærsentrum eller nærområde?



En oppfattelse om godt utvalg og et hyggelig sted å oppholde seg skiller i størst grad de som benytter nærområdet mye mot resten



Hvordan oppfatter kommunene sitt nærsentrum?



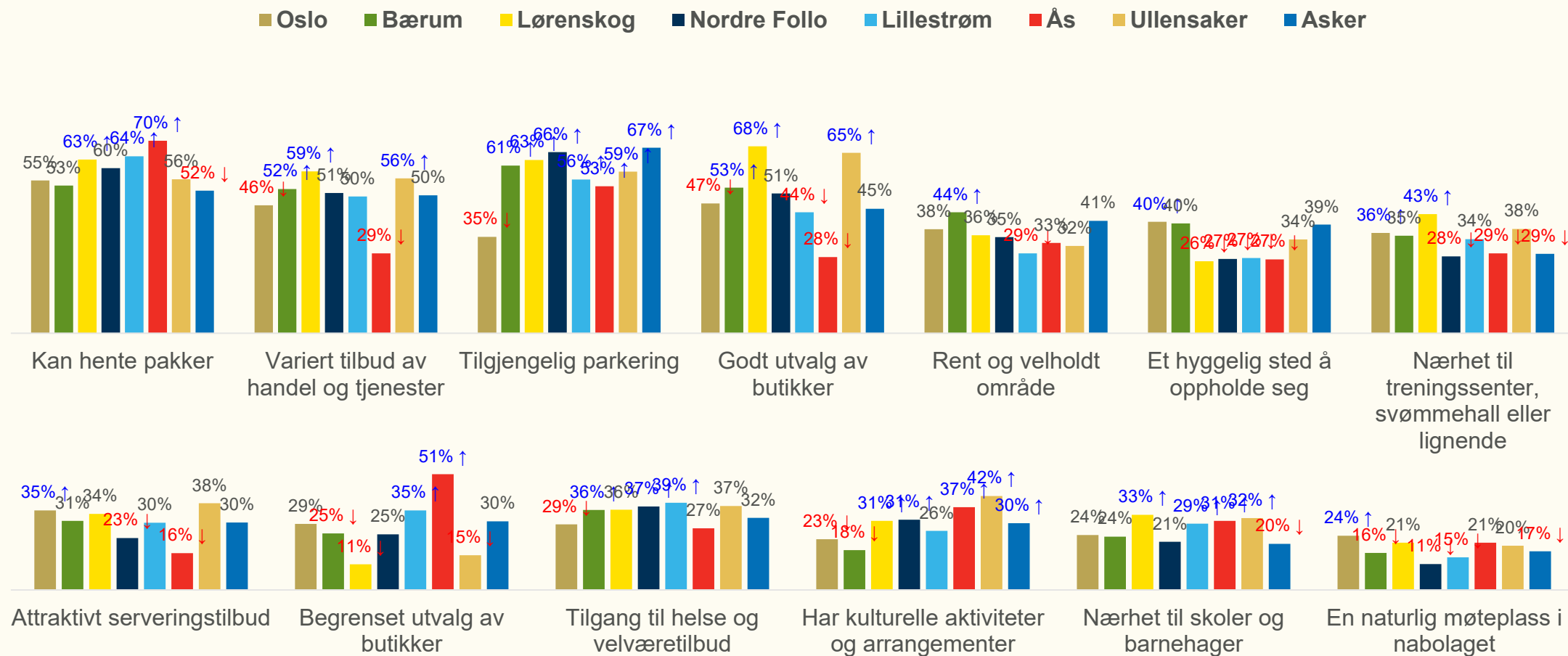
n= 5787

?

Kryss av for de påstandene du mener stemmer for ditt naturlige nærsentrum eller nærområde



Hvordan oppfatter kommunene sitt nærsentrum?



*Blå/rød pil indikerer signifikant positiv/negativ forskjell fra totalen

n= 5787

? Kryss av for de påstandene du mener stemmer for ditt naturlige nærsentrum eller nærområde



6

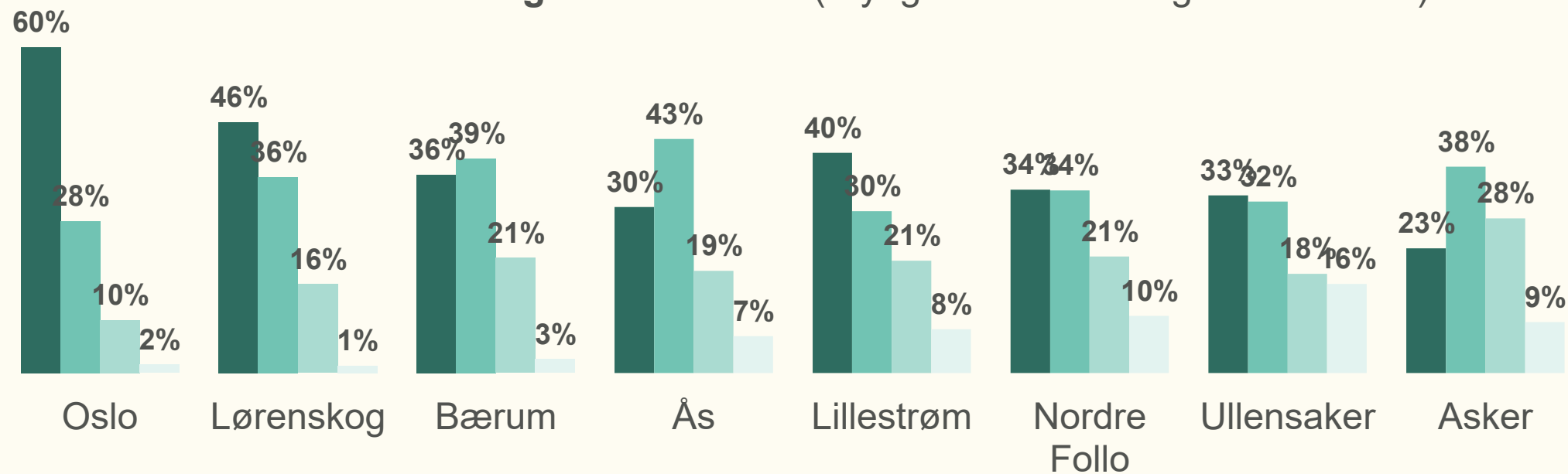
10-MINUTTERSBYEN-
hva er status i dag?



Hvor langt kommer man på 10 minutter?

Timinuttersbegrepet er avhengig av hvor man setter grensen og hva slags transportmidler det er snakk om.

Avstand til ditt **naturlige nærsentrum** (Klynge av butikker og servicetilbud)



■ Under 1000 meter

■ 1-2 kilometer

■ 3-5 kilometer

■ Over 5 kilometer

10 minutter gange

10 minutter med sykkel

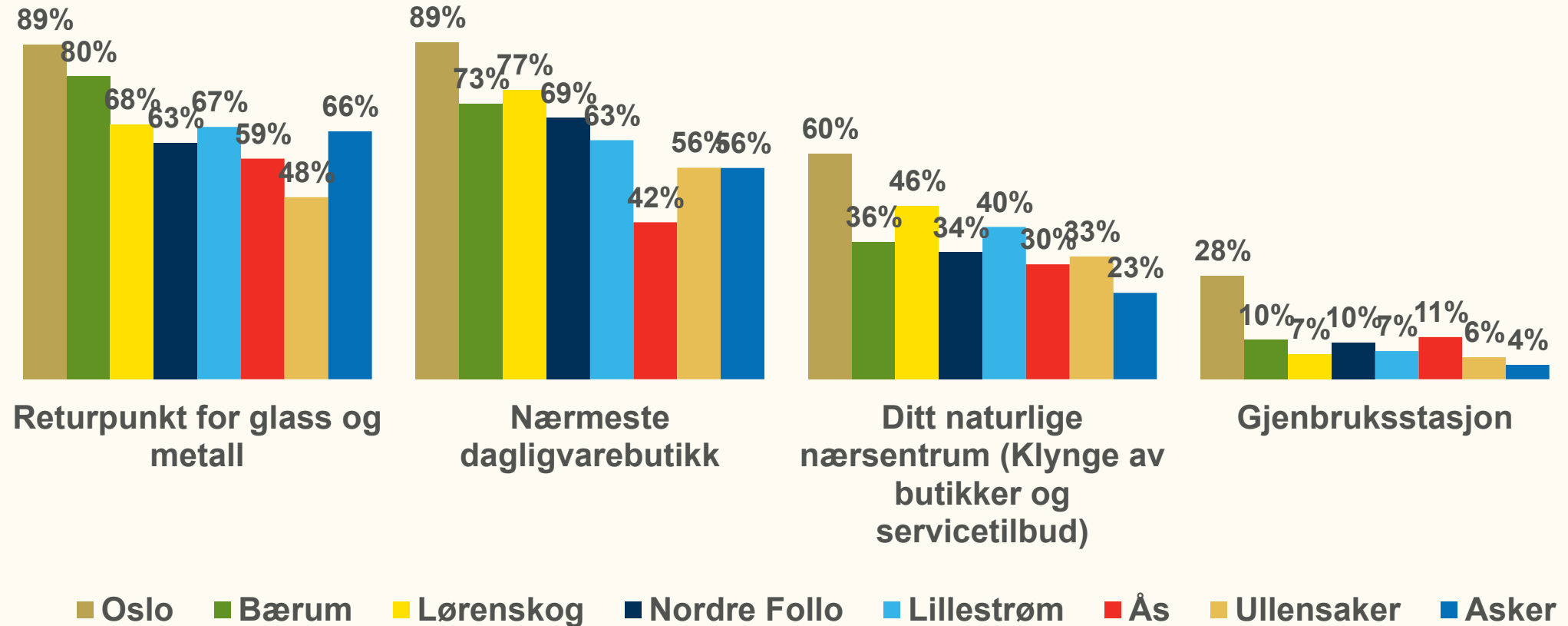
10 minutter med bil?

n= 5847

? Cirka hvor langt unna er? Ditt naturlige nærsentrum (Klynge av butikker og servicetilbud)

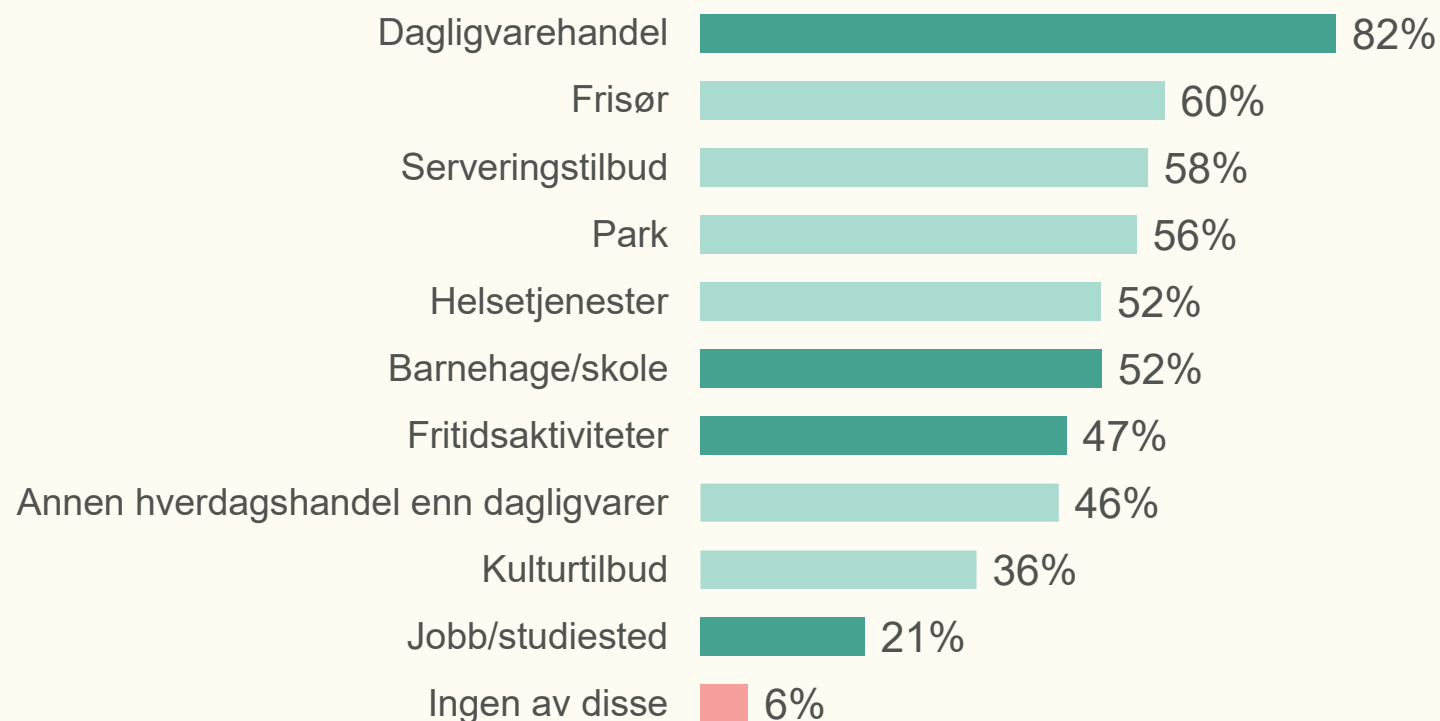


Finnes innenfor 1000 meter fra eget hjem



Mange kan nå det essensielle med gange, med et viktig unntak: Jobb/studiested

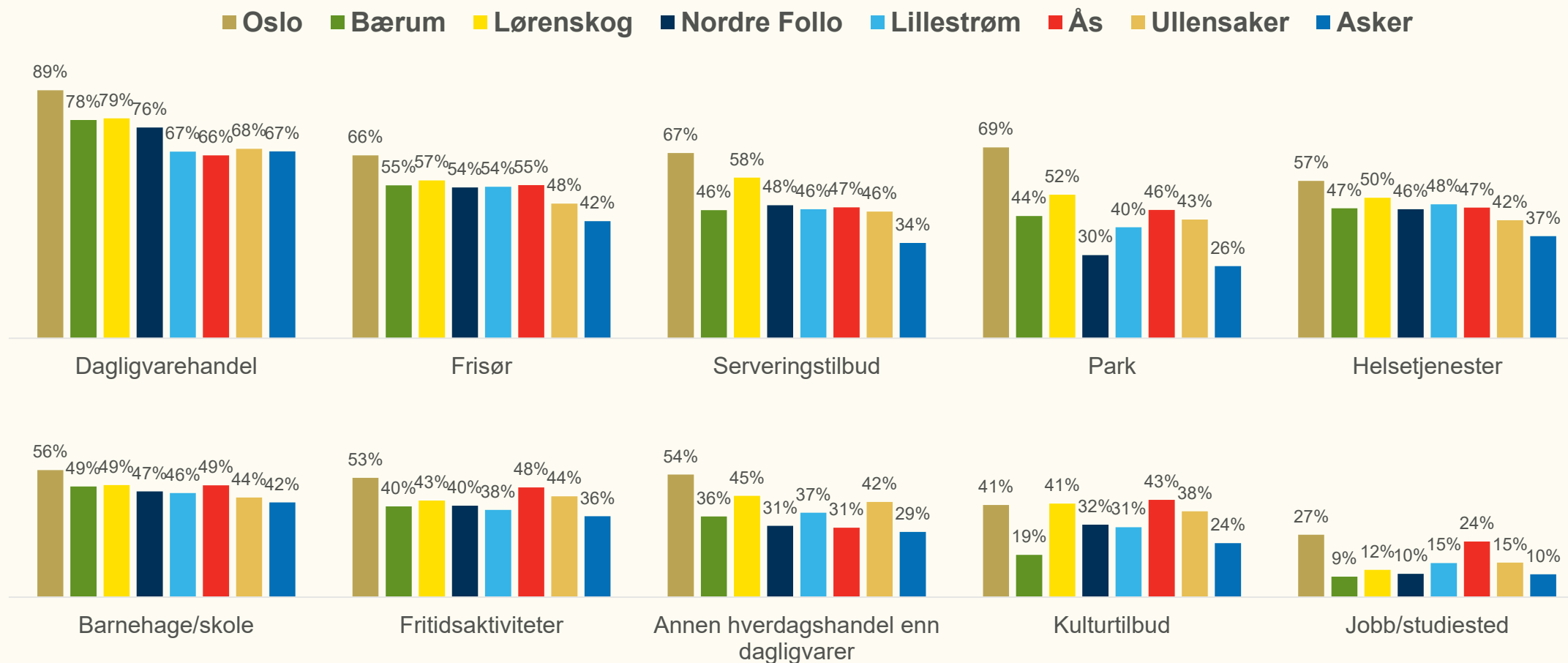
Hvilke av følgende tjenester eller gjøremål kunne du dekket med kun gange?



- De yngste (18-39 år) kommer lenger med bare gange
- Men de eldste bor nærmere nærsentrene -> Her er det mer enn bare fysisk avstand som spiller en rolle.
- De med god økonomi svarer også de i større grad kan nå mer med kun gange.



Hva kan man nå med kun gange?



n= 5847

? Hvilke av følgende tjenester eller gjøremål kunne du dekket med kun gange?



Fokusgruppene viser at holdningen til begrepet «10-minutters byen» varier

Blant de som bor i Oslo, og spesielt i sentrale bydeler, er det mange som føler at de i dag lever i «10-minutters byen» og kan nå de fleste tjenester utenom jobb/skole på 10 minutter eller mindre.

For de bosatt utenfor Oslo derimot fremstår begrepet som fremmed og urealistisk for majoriteten. Mange er avhengig av bil for å få hverdagen til å gå opp.



For oss var det et bevisst valg å flytte til Ensjø, for vi visste at alt vi trengte var der, og det var kort reise til alt vi trengte.

(Mann, 34, bosatt på Ensjø)

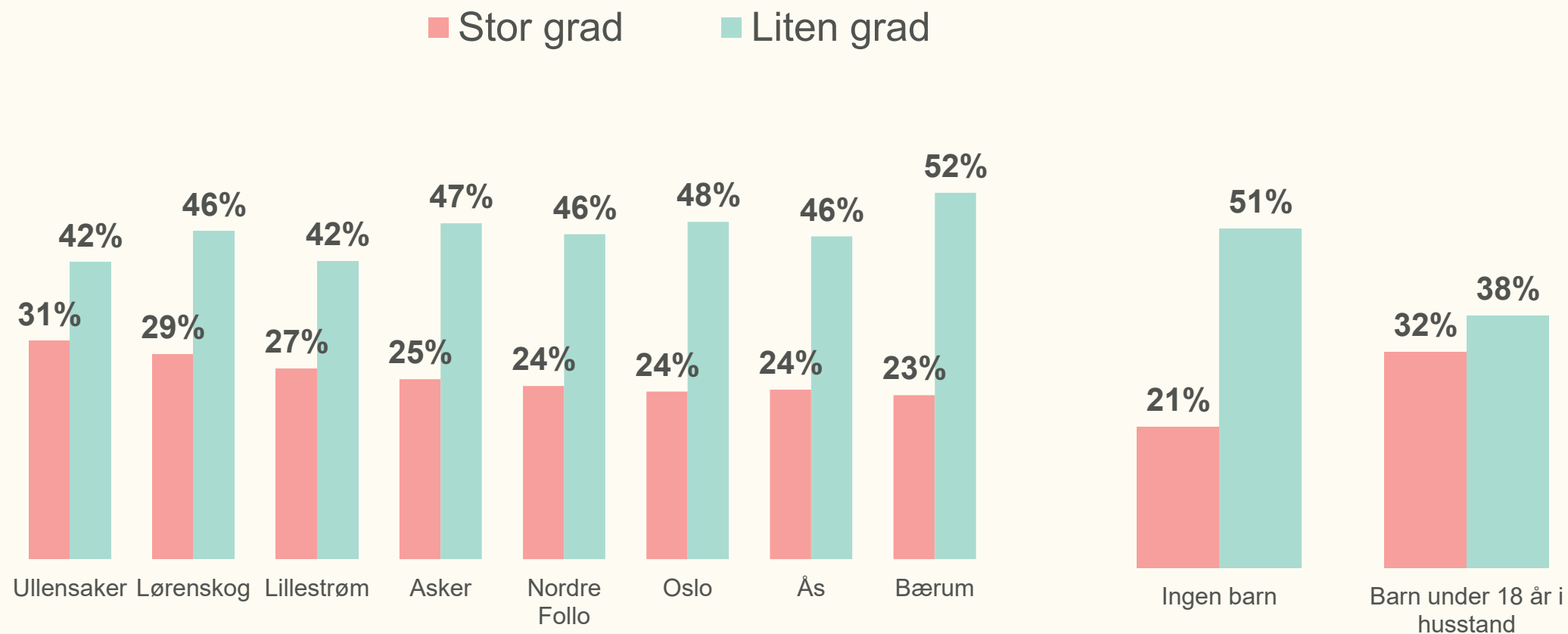
Om man sier 10 minutter med bil, ja da er det ikke noe problem. Men 10 minutter med kollektivt eller 10 på beina, da sliter du.

(Mann, 55, bosatt på Stabekk)



Det er først og fremst familiesituasjonen som avgjør om varetransport påvirker trygghetsfølelsen

I hvilken grad opplever du at tryggheten i ditt nærområde påvirkes av varetransport og andre store kjøretøy?



n= 5847

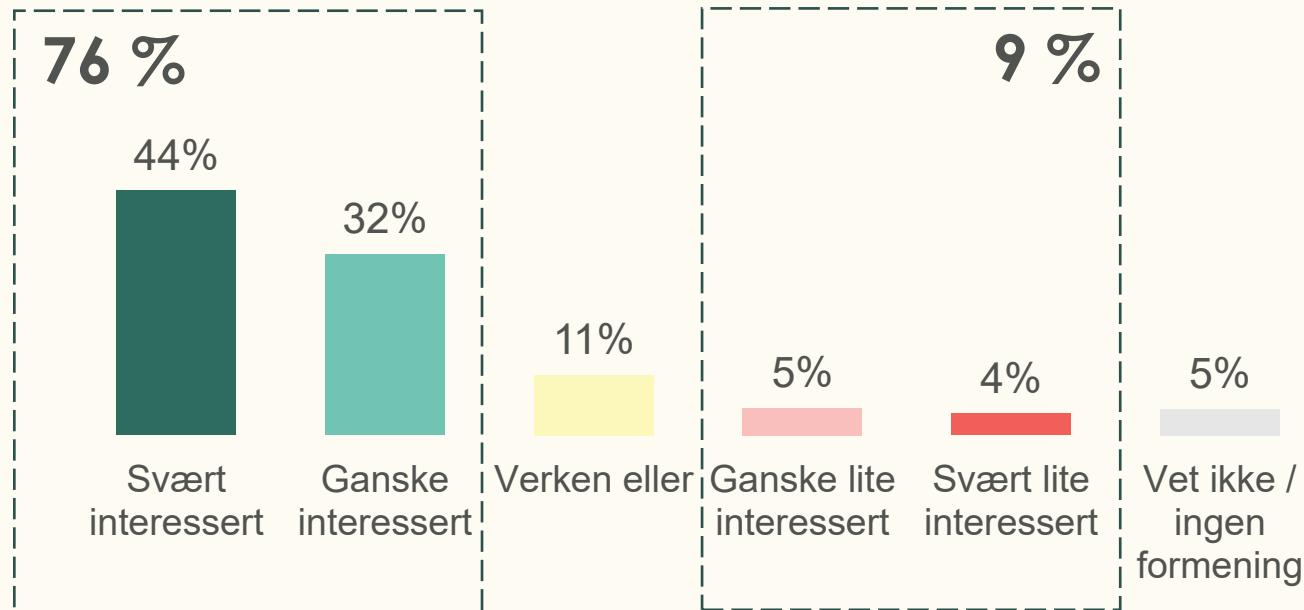
? I hvilken grad opplever du at tryggheten i ditt nærområde påvirkes av varetransport og andre store kjøretøy?



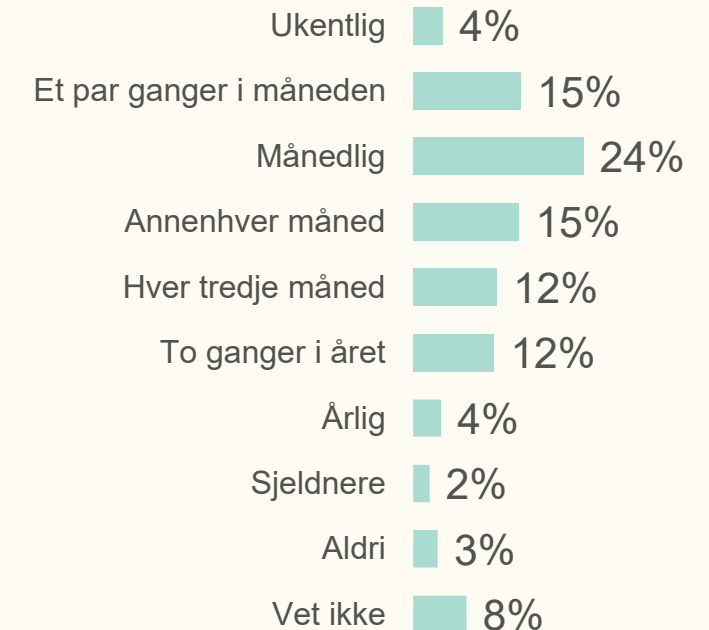
Mobil gjenvinningsstasjon? Ja takk!

Dersom din kommune får en mobil løsning hvor du kan levere mindre mengder grovavfall (avfall som vanligvis må leveres til gjenvinningsstasjonen), til et punkt nær deg.

Hvor interessert ville du vært i denne løsningen?



Hvor ofte ville du hatt behov for at den mobile gjenvinningsstasjonen kom til ditt område?



n= 5847

?

Dersom din kommune får en mobil løsning hvor du kan levere mindre mengder grovavfall (avfall som vanligvis må leveres til gjenvinningsstasjonen), til et punkt nær deg. Hvor interessert ville du vært i denne løsningen? / Hvor ofte ville du hatt behov for at den mobile gjenvinningsstasjonen kom til ditt område?



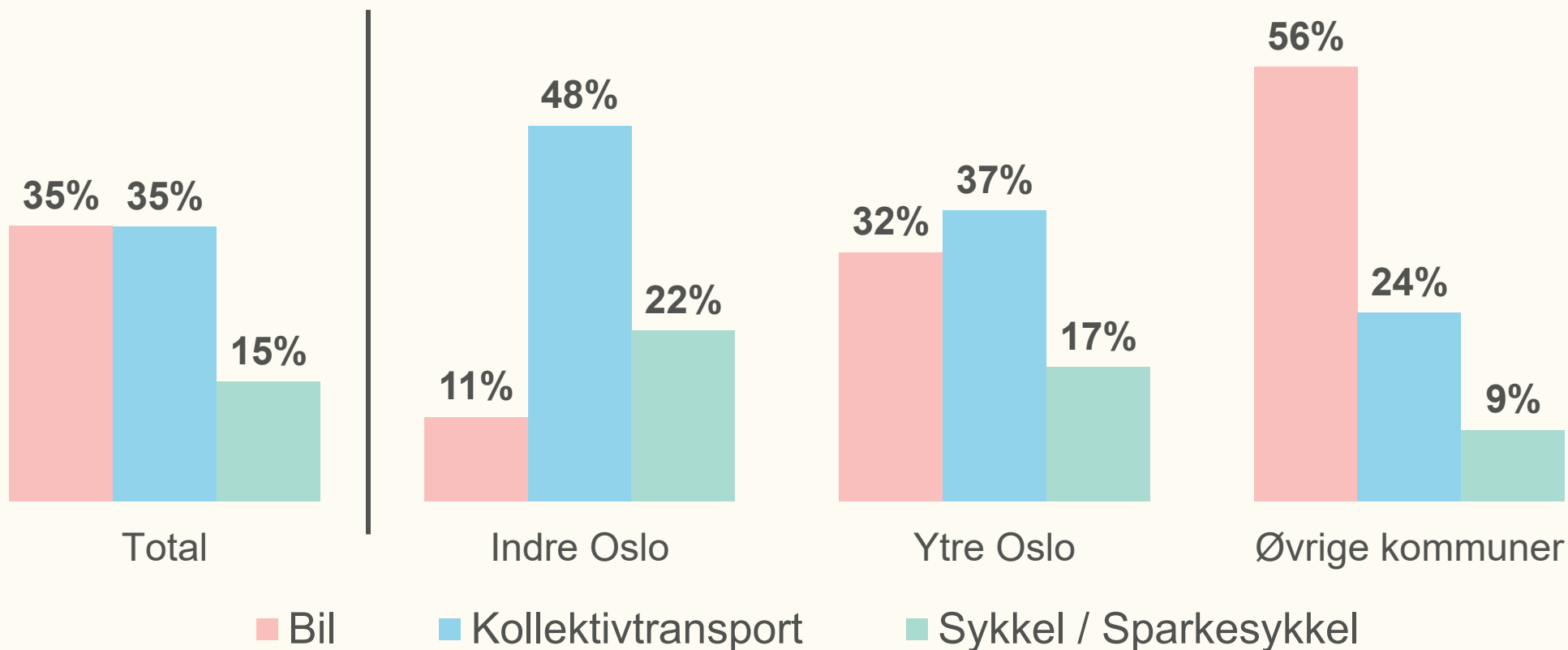
7

PROFIL



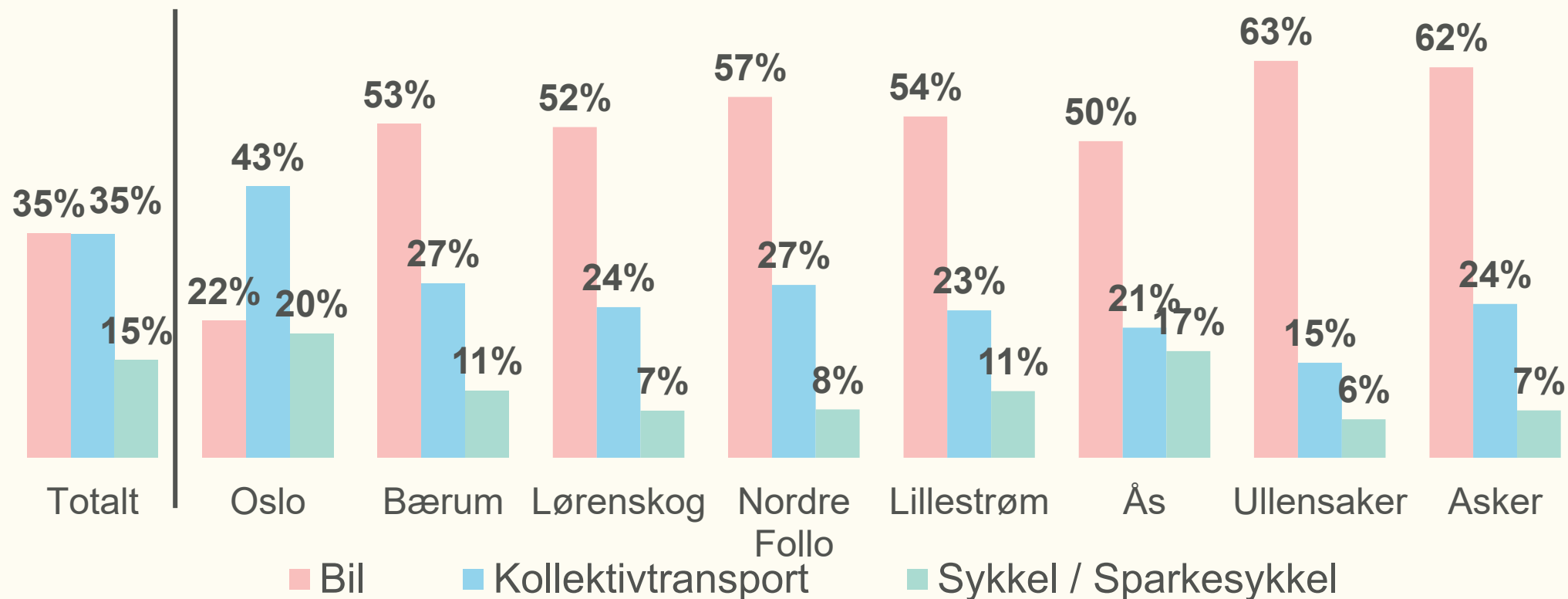
Høyfrekventbrukere transportmidler

Reiser med 4-7 dager i uken



Høyfrekventbrukere transportmidler

Reiser med 4-7 dager i uken



Høyfrekventbrukere transportmidler

BIL

- Overvekt menn
- 40-59 år
- Bor mindre sentralt
- Barnefamilier

KOLLEKTIV

- Overvekt kvinner
- 18-39 år
- Bor sentralt
- Flere med dårlig økonomi, flere som leier bolig

SYKKEL / SPARKESYKKEL

- Overvekt menn
- 30-49 år
- Bor sentralt
- Flere med god økonomi



Høyfrekventbrukere tohjulinger

VANLIG SYKKEL

- Overvekt menn
- 30-39 år
- Bosatt i Indre Oslo
- God økonomi
- Disponerer ikke bil
- Barn i husstanden

EL-SYKKEL

- Overvekt kvinner
- 40-49 år
- Bosatt i Ytre Oslo
- God økonomi
- Eier egen bolig
- Barn i husstanden

EL-SPARKESYKKEL

- Overvekt menn
- Under 30 år
- Bosatt i Indre Oslo
- Disponerer ikke bil



Høyfrekventhandlere - netthandel

Handler DAGLIGVARER på nett minst månedlig

- 30-49 år
- Bor i Ytre Oslo
- Barnefamilier
- Handler også fysiske varer på nett minst månedlig

Handler FYSISKE VARER på nett minst månedlig

- Overvekt kvinner
- 30-49 år
- Bor sentralt
- Flere med bosted Nordstrand
- Eier egen bolig
- Barn i husstanden



Benytter nærsentrum i LITEN grad

- Overvekt av menn
- Under 30 år
- Bosatt i Akershus eller Ytre Oslo
- Bosatt i bydel Grorud, Alna, Stovner eller Søndre Nordstrand.
- Flere leier bolig
- Lengre avstand til nærsentrum



Handlet på nett siste året 1:3

T2_1 - Hvilke av følgende varekategorier har du handlet på nett det siste året? by Bakgrunn

Column %	Total	Kjønn		Alder				
		Mann	Kvinne	18-29	30-39	40-49	50-59	60+
Klær/sko/tilbehør	67%	60% ↓	73% ↑	73% ↑	80% ↑	80% ↑	68%	40% ↓
Sport, fritid og hobby	46%	51% ↑	42% ↓	48%	56% ↑	57% ↑	51% ↑	27% ↓
Småelektronikk (f.eks. lyd / bilde / data...)	45%	58% ↑	33% ↓	47%	55% ↑	56% ↑	48% ↑	26% ↓
Helse og velvære	46%	35% ↓	58% ↑	51% ↑	61% ↑	54% ↑	43% ↓	26% ↓
Bøker og media	39%	38% ↓	41%	39%	49% ↑	45% ↑	39%	29% ↓
Dagligvarer	27%	25% ↓	29% ↑	21% ↓	40% ↑	43% ↑	25%	12% ↓
Interiør	25%	20% ↓	31% ↑	27%	40% ↑	31% ↑	21% ↓	10% ↓
Barneklær, utstyr og leker	17%	15% ↓	20% ↑	5% ↓	35% ↑	33% ↑	8% ↓	8% ↓
Andre fysiske varer	16%	19% ↑	12% ↓	16%	19% ↑	22% ↑	15%	9% ↓
Hvitevarer og store møbler (kjøleskap, komfyr, vaskemaskin, sofa mm.)	17%	19% ↑	14% ↓	17%	25% ↑	21% ↑	15%	8% ↓
Jernvare/byggevarer	12%	16% ↑	7% ↓	6% ↓	15% ↑	17% ↑	13%	9% ↓
Har ikke handlet fysiske varer på nett siste året	9%	9%	8%	4% ↓	2% ↓	4% ↓	7%	22% ↑

*Blå/rød pil indikerer signifikant positiv/negativ forskjell fra totalen

- Kvinner handler mest klær, sko og tilbehør. De handler også i større grad dagligvarer, interiør og klær/utstyr til barn.
- Menn handler i større grad sport, fritid og hobby artikler, men også hvitevarer, store møbler og jernvare/byggevarer.
- Aldersgruppen 30-49 år handler gjennomgående mer av alle varekategorier, mens de over 60 år i mindre grad handler på nett.

Handlet på nett siste året 2:3

T2_1 - Hvilke av følgende varekategorier har du handlet på nett det siste året? by Bakgrunn

Column %	Sentralitet				Bydel							
	Total	Indre Oslo	Ytre Oslo	Øvrige kommuner	Alna	Bjerke	Frogner	Gamle Oslo	Grorud	Grünerløkka	Nordre Aker	Nordstrand
Klær/sko/tilbehør	67%	70% ↑	67%	65% ↓	66%	69%	62% ↓	69%	60%	75% ↑	64%	70%
Sport, fritid og hobby	46%	46%	47%	46%	40%	51%	40% ↓	49%	48%	46%	46%	49%
Småelektronikk (f.eks. lyd / bilde / data...)	45%	47%	44%	44%	46%	44%	43%	46%	44%	51%	39% ↓	50%
Helse og velvære	46%	50% ↑	44%	45%	44%	45%	44%	47%	46%	54% ↑	41%	54%
Bøker og media	39%	46% ↑	39%	35% ↓	45%	36%	42%	51% ↑	37%	43%	38%	41%
Dagligvarer	27%	26%	30% ↑	26% ↓	31%	27%	27%	28%	30%	24%	34%	32%
Interiør	25%	32% ↑	23% ↓	22% ↓	21%	19%	26%	29%	28%	36% ↑	23%	30%
Barneklær, utstyr og leker	17%	12% ↓	20% ↑	19% ↑	13%	26% ↑	11% ↓	12%	23%	12%	22% ↑	19%
Andre fysiske varer	16%	15%	15%	16%	13%	14%	17%	14%	13%	15%	14%	19%
Hvitevarer og store møbler (kjøleskap, komfyr..)	17%	17%	17%	15%	14%	21%	16%	18%	19%	20%	20%	17%
Jernvare/byggevarer	12%	10%	13%	12%	12%	7%	11%	11%	7%	11%	14%	16% ↑
Har ikke handlet fysiske varer på nett siste året	9%	8%	9%	9%	7%	12%	10%	9%	7%	5%	12% ↑	8%

*Blå/rød pil indikerer signifikant positiv/negativ forskjell fra totalen

- Klær, sko og tilbehør handles mest i Oslo indre by, og særlig blant de som er bosatt på Grünerløkka.
- Helse og velvære, bøker og interiør handles også mest i Oslo indre by. Bøker og media handles i større grad av de som er bosatt i Gamle Oslo, barneklær og utstyr i større grad av bosatte i bydelene Bjerke og Nordre Aker.
- Bydel Nordstrand er overrepresentert i kategorien jern- og byggevarer.
- Dagligvarer handles mest av bosatte i Ytre Oslo.

Handlet på nett siste året 3:3

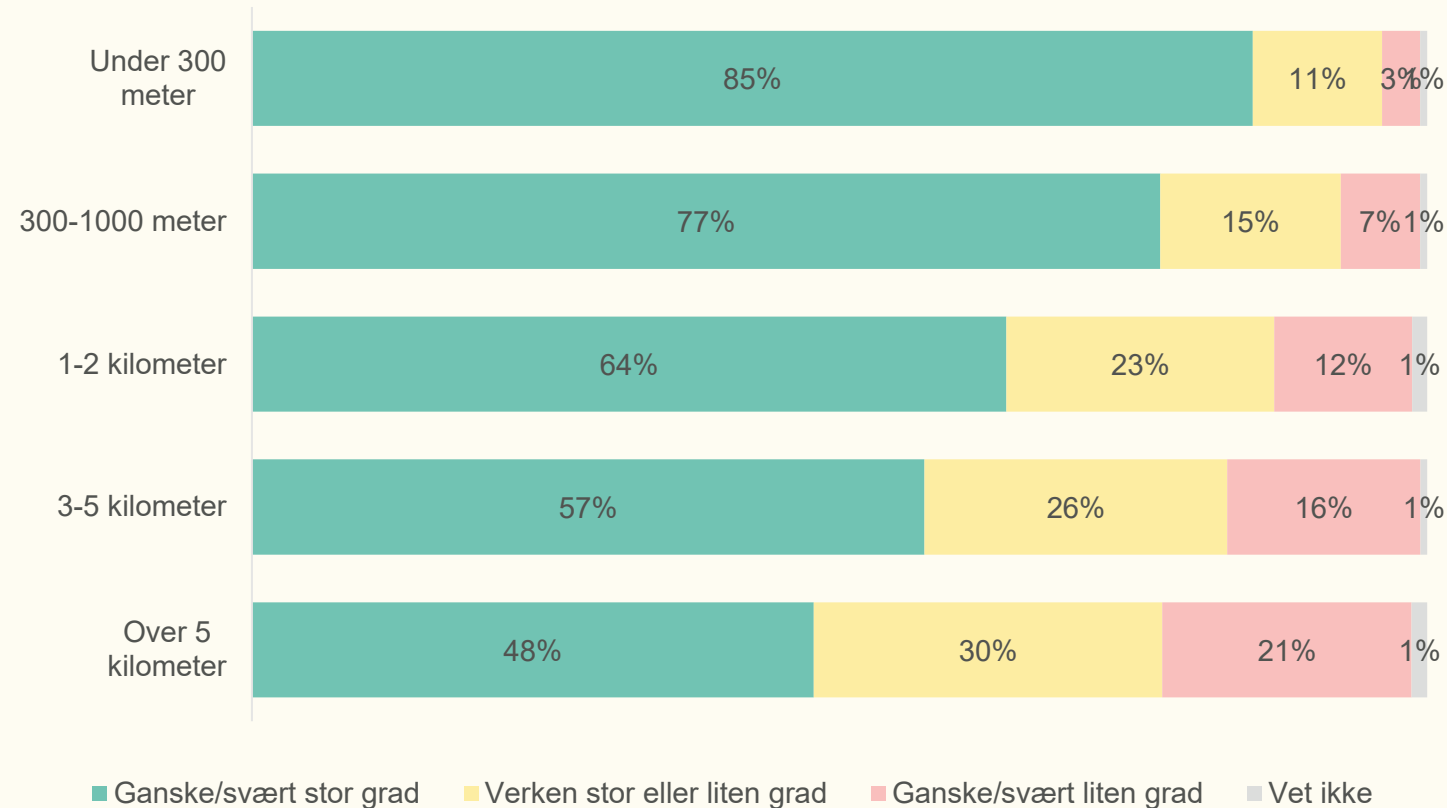
T2_1 - Hvilke av følgende varekategorier har du handlet på nett det siste året? by Bakgrunn

Column %	Disponerer bil			Økonomisk situasjon			Eier / leier bolig		Personer i husstanden			Barn i husstand u 18	
	Total	Nei	Ja	Utfordrende	Middels	Enkel	Eier	Leier	1 person	2	3+	Ingen barn	Barn i husstand
Klær/sko/tilbehør	67%	68%	66%	70% ↑	68%	65% ↓	67%	67%	63% ↓	60% ↓	77% ↑	62% ↓	80% ↑
Sport, fritid og hobby	46%	42% ↓	48% ↑	43% ↓	46%	49% ↑	47% ↑	43% ↓	41% ↓	42% ↓	54% ↑	42% ↓	56% ↑
Småelektronikk (f.eks. lyd / bilde / data...)	45%	46%	44%	47%	43% ↓	47% ↑	46%	44%	44%	41% ↓	50% ↑	43% ↓	50% ↑
Helse og velvære	46%	48%	45%	50% ↑	47%	45%	47%	45%	46%	42% ↓	51% ↑	43% ↓	53% ↑
Bøker og media	39%	42% ↑	38% ↓	38%	39%	42% ↑	40% ↑	38%	38%	38% ↓	42% ↑	37% ↓	45% ↑
Dagligvarer	27%	26%	28%	28%	28%	27%	28% ↑	24% ↓	22% ↓	21% ↓	37% ↑	21% ↓	43% ↑
Interiør	25%	29% ↑	24% ↓	25%	24%	27% ↑	27% ↑	21% ↓	25%	25%	26%	23% ↓	30% ↑
Barneklær, utstyr og leker	17%	10% ↓	21% ↑	18%	18%	17%	19% ↑	10% ↓	4% ↓	7% ↓	36% ↑	5% ↓	46% ↑
Andre fysiske varer	16%	15%	16%	19% ↑	15%	15%	15%	17%	16%	13% ↓	18% ↑	14% ↓	19% ↑
Hvitevarer og store møbler (kjøleskap, komfyr..)	17%	18%	16%	18%	16%	17%	17%	15%	16%	15%	18% ↑	15% ↓	21% ↑
Jernvare/byggevare	12%	8% ↓	13% ↑	11%	11%	12%	13% ↑	7% ↓	9% ↓	11%	14% ↑	10% ↓	16% ↑
Har ikke handlet fysiske varer på nett siste året	9%	8%	9%	7%	9%	8%	9%	7%	12% ↑	11% ↑	4% ↓	11% ↑	4% ↓

*Blå/rød pil indikerer signifikant positiv/negativ forskjell fra totalen

- Gruppen med en utfordrende økonomisk situasjon handler i større grad klær, sko og tilbehør på nett. Det samme gjelder de med barn i husstanden og husstander med flere enn 3 personer.
- De som disponerer bil handler i større grad sport, fritid og hobbyartikler, og også barneklær og utstyr/leker og jern- og byggevarer.
- Gruppen som eier egen bolig kjøper i større grad varer i de fleste kategoriene.

Har avstand til nærsentrum noe å si for bruken?



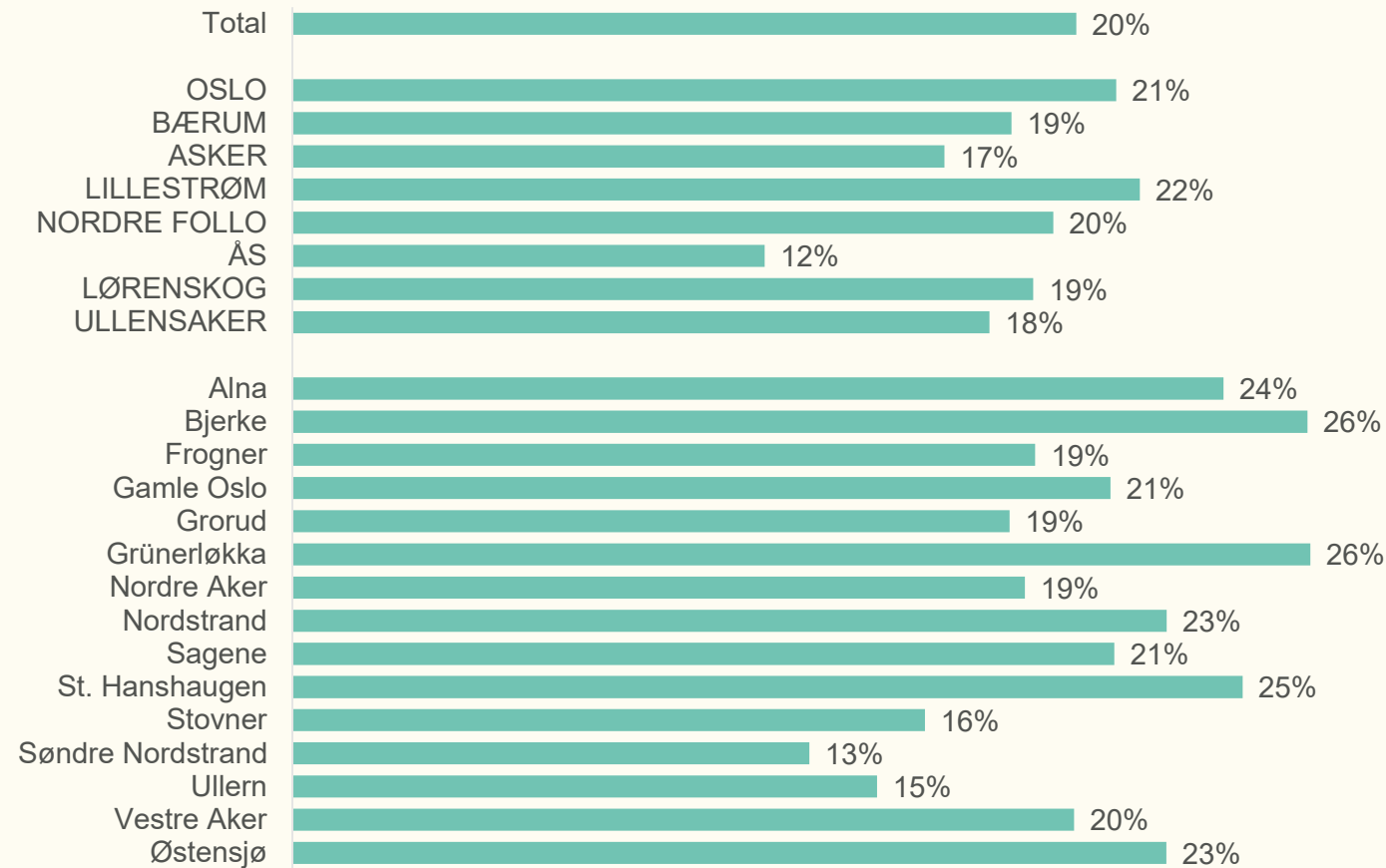
- Avstand til eget nærsentrum påvirker graden av bruk. Jo lenger unna man bor desto mindre benytter seg man av sitt naturlige nærsentrum.

n= 5847

? I hvilken grad benytter du deg av ditt naturlige nærsentrum eller nærområde? / Cirka hvor langt unna er? Ditt naturlige nærsentrum (Klynge av butikker og servicetilbud)

Hva slags type byområde bor de som oftest får ting levert på døren?

Levert minst 2-3 ganger i måneden



n= 5847

? Hvor ofte i løpet av den siste måneden har du bestilt tjenester hjem som ble levert med bil?

Håkon Otterlei
Roar Teige

hakon@opinion.no
roar@opinion.no
