

Styrelsen	2026-02-26
Handling nr	8.3
Handläggare	Mette Ramquist
Daterad	2026-02-17
Reviderad	

Till
Styrelsen för Västtrafik AB

Västtrafik i media

Rapport medieanalys helår 2025 bifogas.

Skövde dag som ovan

Lars Backström

Västtrafik i media

2025

Om rapporten

Rapporten bygger på data och analys från Västtrafiks upphandlade leverantör av mediebevakning Retriever.

Retrievers analys bygger på en väl beprövad metod för kvantitativ innehållsanalys. Metoden för textanalysen baseras på forskning om läsarvanor och vilka faktorer som driver hågkomst hos mediepubliken. Analytikern gör en bedömning av texten utifrån olika variabler. I den bedömningen tas inte hänsyn till hur en läsare kan tänkas uppfatta artikeln eller inslaget utan kodningen baseras på hur artikeln är uppbyggd.

Räckvidd och antal artiklar

Statistik över antalet möjliga läsare per tidning använts. Statistiken hämtas från Orvestos undersökningar över läsvanor.

Tonalitet

Medievinkling visar i hur hög grad analysobjektet sammankopplas med ord, formuleringar eller beskrivningar av sakförhållanden som ger ett fördelaktigt eller ofördelaktigt intryck. Särskild vikt läggs vid om artikeln på ett entydigt sätt är fördelaktigt/ofördelaktigt för analysobjektet. Extra hänsyn tas till rubrik.

Sociala medier

Sammanställningen av synligheten på sociala medier är baserat på öppna/offentliga inlägg.

Sammanfattning

Under 2025 publiceras **4 991 artiklar** som genererar **508 miljoner lästillfällen**. Det är en marginell minskning i mängden publicitet från 2024 då det publicerades 5 123 artiklar om Västtrafik. Den stora skillnaden ligger i en mer publicitetsfrekvent start på året under 2024.

Årets publicitetstoppar kommer under januari, augusti och november och är alla koppade till trafikstörningar i anslutning till oväder, med kraftig rapportering i lokalmedier och viss rapportering i riksmedier

Tonaliteten i rapporteringen kring Västtrafik är närmast identisk jämfört med 2024. En fjärdedel av den **negativt** vinklade publiciteten handlade om trafikplanering under 2024, en siffra som ökar till att utgöra 40 procent av det negativa under 2025. Kritik mot trafikförändringar och linjenedläggningar är det som orsakar den största mängden negativa artiklar inom ämnet.

Bland den **positiva** publiciteten hittar vi framförallt artiklar om investeringar. Publiciteten inom ämnet rör främst satsningar som eldriven bärplansfärja i Göteborgs skärgård, nya spårvagnen M34, renovering av X61-tågen och M31-spårvagnarna, elbussar i landsbygdstrafiken och den självkörande bussen i Gårda.

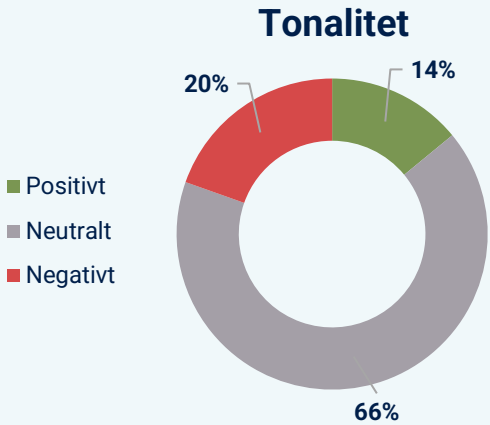
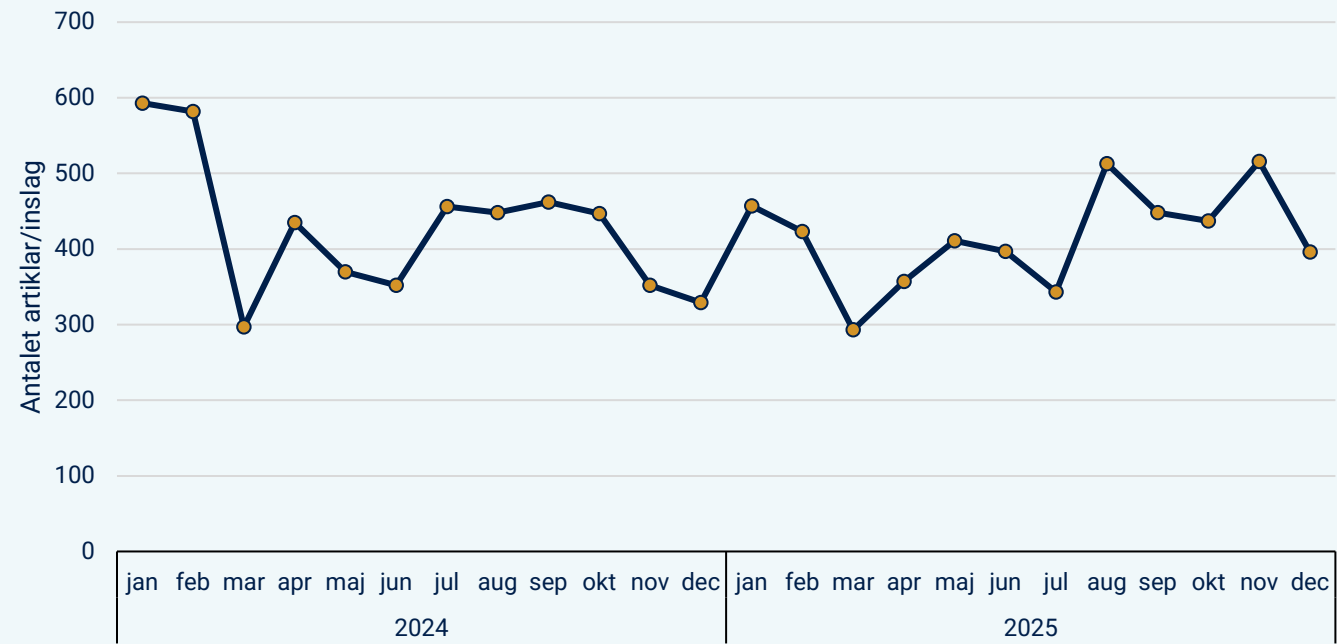
Andelen **proaktiv** publicitet ökar från 11 till 13 procent under året. Den enskilda proaktiva insatsen som genererade flest artiklar och lästillfällen handlade om förbudet mot fossil reklam i kollektivtrafiken.

Under året har talespersoner förekommit i 36 procent av publiciteten eller 1 792 artiklar. Talespersonernas uttalanden har sammantaget nått omkring 191 miljoner potentiella läsare. Bijan Zainali, Lars Backström och Camilla Holtet är de som citeras flest gånger, utöver presstjänsten och störningskoordinatorer.

Göteborgs-Posten, *SR P4 Göteborg* och *Borås Tidning* är de källor som omnämner Västtrafik i flest artiklar.

Årets publicitet

Publicitet över tid 2024-2025

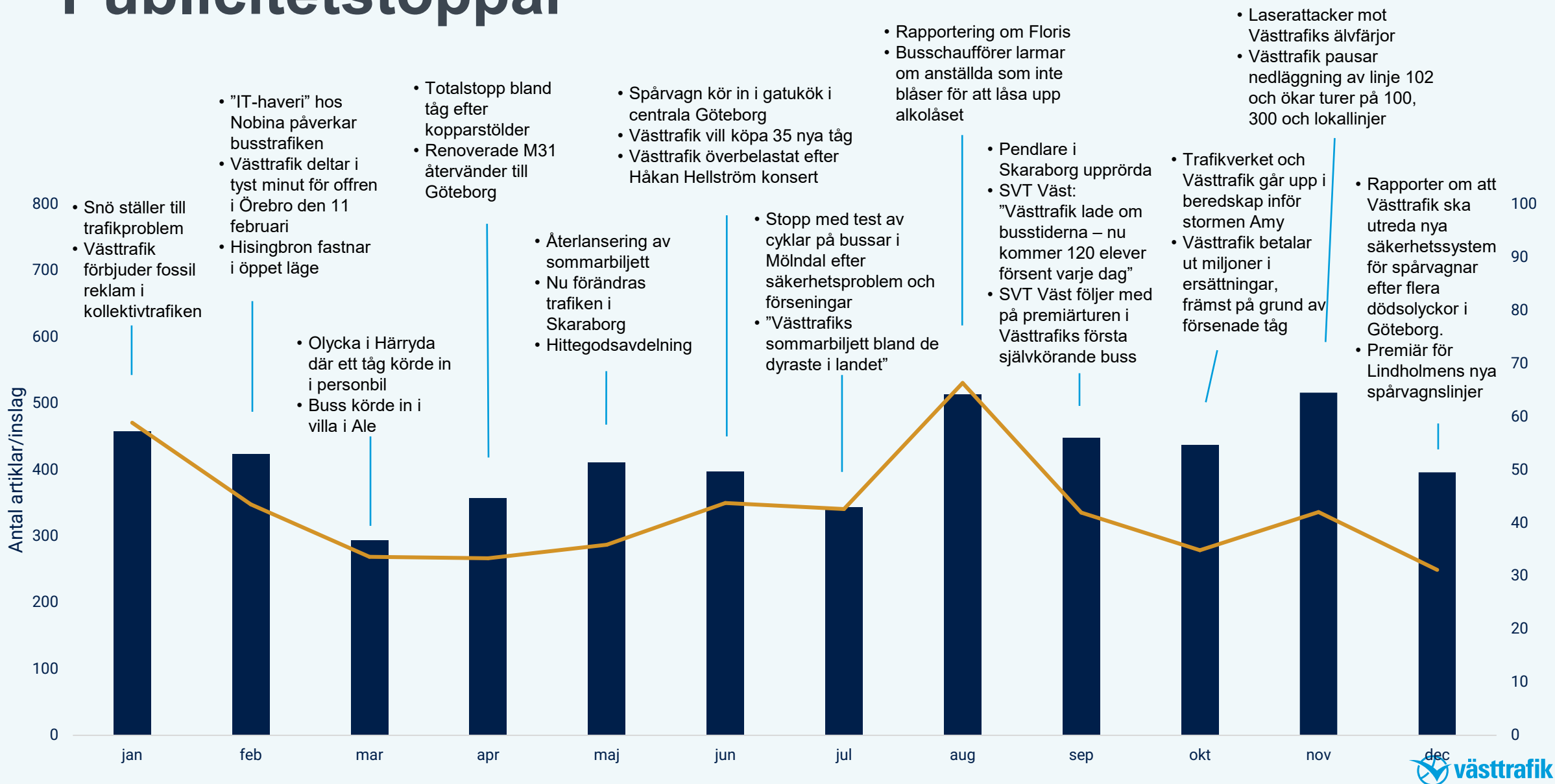


Nyckeltal

*Genomsnittsmånad

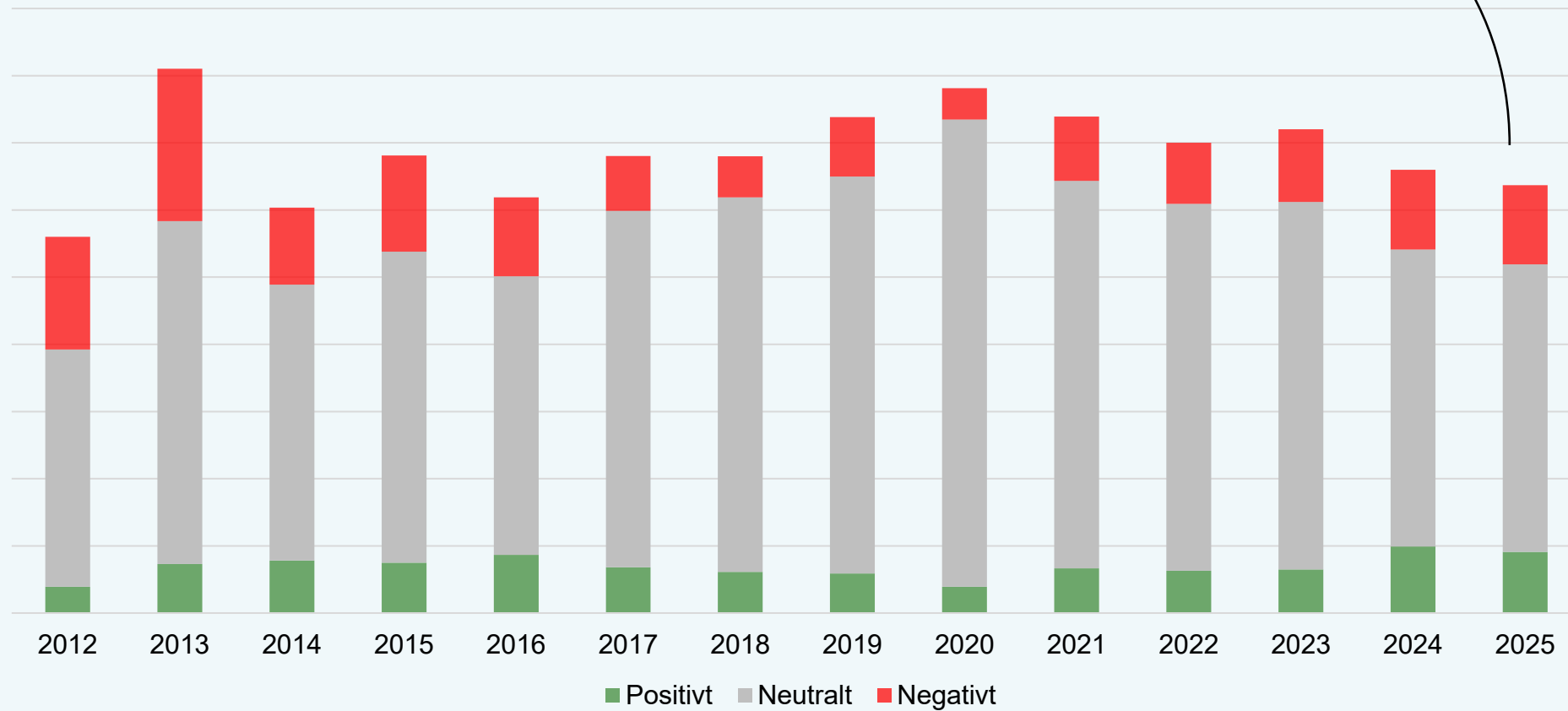
	2025	2024	2023	2025*	2024*
Antal artiklar/inslag (redaktionella medier)	4 991	5 123	6 167	416	427
Total räckvidd, milj. (antal potentiella läsare)	507,7	601,7	621,3	38,8	51,1
Andel proaktivitet (publicitet tydligt kopplat till pressmeddelanden)	13%	11%	12%	13%	11%
Andel med talesperson (baserat på antal)	36%	39%	40%	36%	39%
Andel positiv publicitet (baserat på antal)	14%	15%	9%	14%	15%
Andel neutral publicitet (baserat på antal)	66%	67%	76%	66%	67%
Andel negativ publicitet (baserat på antal)	20%	18%	15%	19%	18%

Publicitetstoppar



Publiciteten över tid

2025:
Ett ganska
vanligt år



Toppnyheter

De nyhetshändelser som fått nationell spridning under året handlar oftast om trafikstörningar i samband med **stormar och oväder**. De största är snöovädret i januari och stormen Floris i augusti, händelser med ett högt nyhetsvärde som påverkar många. Även **förbudet mot fossilreklam** i kollektivtrafiken genererade omfattande nationell publicitet.

Andra nyhetshändelser som fått genomslag nationellt handlar om **olyckor** i Härryda och i Göteborg, t.ex. i juni då en **spårvagn spårade ur på Avenyn**.

Lokala medier i Västra Götaland har en betydligt mer verksamhetsfokuserad bild av Västtrafik där trafikplanering och politiska åtgärder har ett större fokus. Bland annat står busstrafiken i centrum efter **införandet av ny trafik i Skaraborg** där vi möttes av kritik från både resenärer och busschaufförer som upplevde försämringar. Detta utvecklas till en följetong under andra halvan av året och rapporteras frekvent tidig höst.

Andra stora nyheter lokalt rör införandet av **civila biljettkontrollanter** i nya områden, larm från **busschaufförer om att de inte behöver blåsa i alkolåset** när de börjar sina pass, pilotprojektet med en **eldriven bärplansbåt**, samt **kritik mot Västtrafiks tillgänglighet** från synskadade, däribland även DO-anmälan efter att en person diskriminerats i samband med bussresa.

Biljettpriser är också ett återkommande tema. Politiska debatter förekommer under hela året och publiciteten når en topp under november och december när rapportering rör politisk konflikt över biljettpiserna för 2026 och det blir klart med rabatterade biljetter för regionanställda.



Ämnen

Årets största ämne är **Trafikplanering**, vilket bryter mönstret från både 2023 och 2024 då trafikstörningar varit det största ämnet. Andelen artiklar med koppling till trafikstörning är dock i nivå med tidigare år och förändringen är en ökning inom trafikplanering. Tonaliteten inom ämnet är som tidigare år både kraftigt negativ och kraftigt positiv, kopplat till ämnets både positiva och negativa nyheter för resenärerna. Missnöje med förändringen av busstrafiken i Skaraborg som lett till förseningar och trängsel är det som rapporteras flitigast. Besvikelsen kan exemplifieras genom [detta inslag](#) i *SVT Nyheter Väst*. Kritiken är ett återkommande tema under hösten. I juni introduceras Västtrafiks trafikplan för 2026 och därmed också kommande förändringar i kollektivtrafiken vilket genererar både positiv, neutral och negativ publicitet. Omstruktureringen av kollektivtrafiken i Göteborg, ny spårväg till Lindholmen, nedläggningen av linje 16 och båttrafiken till Slottsberget är det som tar upp mest utrymme.

Under 2025 genererar **Trafikstörningar** nästan lika mycket publicitet som årets största ämne trafikplanering. Vädret påverkar publiciteten starkt under januari, augusti och november. Augusti, då en femtedel av ämnets totala underlag för året publiceras, består huvudsakligen av rapportering i samband med stormen Floris. I januari är det i stället snöoväder som leder till störningar i buss- och färjetrafiken, medan det i november förutom snörelaterade störningar även rapporteras om laserattacker mot färjetrafiken.

Mediebilden när det handlar om **Pris/sortiment** rör huvudsakligen debatten om biljettpriser, sommarbiljetten samt den planerade prissänkningen för regionanställda.

Investeringar ger ofta positiv publicitet. Här finns premiären för den eldrivna bärplansfärjan, den självkörande bussen i Gårda och introduktionen av den nya "superspårvagnen" M34, samt de nya spårvagnslinjerna till Lindholmen.

Talespersoner

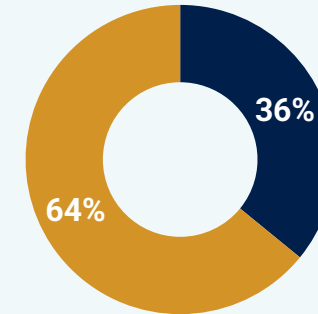
Andelen artiklar där en talesperson från Västtrafik citeras minskar med tre procentenheter från 39 procent under 2024 till 36 procent under 2025. Detta är en fortsatt minskning och en nedåtgående trend från tidigare år där den högsta andelen noterades under 2022 (45 procent av underlaget). Trots trenden är 36 procent ett bra resultat.

Styrelseordförande **Bijan Zainali** förekommer i samband med flera större beslut och trafikförändringar. Medverkade bland annat vid introduktionen av spårvagnsmodell M34 och invigningen av den nya spårvägslinjen till Lindholmen, kommunicerar beslutet att investera i nya tåg samt att han bemöter upprädda resenärer i frågan om linje 16.

Camilla Holtet kommenterar tidtabellsskiftet i juni och Skaraborgstrafikens omläggning, vilket under hösten följdes av rapporter om förseningar och kapacitetsbrister i regionens skol- och pendlingstrafik. Under slutet av året justerar Västtrafik tidtabellerna i Skaraborg för att åtgärda bristerna.

Lars Backström förekommer i publiceringar, innovation och förbud mot fossil reklam. Har flest positiva införanden, däribland när han utses till "Årets agendasättare inom mobilitet" av *Dagens Industri*.

Andel med talesperson



■ Med Talespersoner ■ Utan talespersoner

Topp 10 talespersoner*

Bijan Zainali
Camilla Holtet
Lars Backström
Cecilia Wallem
Andreas Dahlgren
Christina Pilemarker
Anne Garcia Solving
Pontus Gunnäs
Lisa Nordberg
Anna Johansson

Proaktiv publicitet

48 pressmeddelanden skickas under året.

116 insändare besvaras.

6 press-events: invigning M34, ny trafik i Skaraborg, provåk självkörande buss, provtur med bärplansbåt, visning av nya M31, invigning spårväg Lindholmen.

Västtrafiks proaktiva publicitet genererar 653 artiklar och 51,4 miljoner lästillfällen under året. Sett till antal utgör detta 13 procent av den totala publiciteten vilket är en ökning från både 2024 och 2023 med 11 respektive 12 procent. När artikeln är kopplad till en proaktiv insats av Västtrafik är nästan varannan artikel positiv (44%).

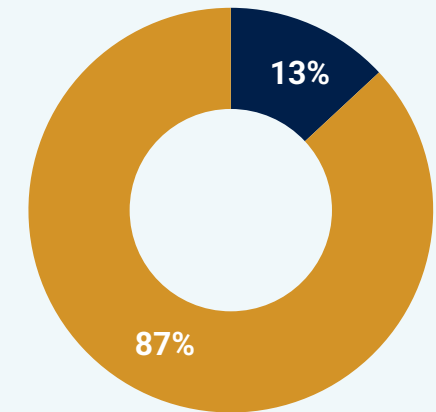
Artiklar som förmedlar ett av Västtrafiks pressmeddelanden är vanligast inom ämnet Trafikplanering sett till både antalet artiklar och mängden lästillfällen. Investeringar, biljettkontroller och Miljö/hållbarhet var några av de andra ämnen som nådde ut mest.

2025-01-16: Västtrafik förbjuder fossil reklam i kollektivtrafiken är det enskilda pressmeddelande som når klart flest när det sprids genom 68 artiklar och genererar 6,6 miljoner lästillfällen.

Dock är det proaktiva artiklar om civila biljettkontrollanter (*2025-11-13: Västtrafik utökar arbetet med civila kontrollanter* och *2025-05-05: Civila biljettkontroller i zon B och C*) som når ut i sammantaget flest artiklar.

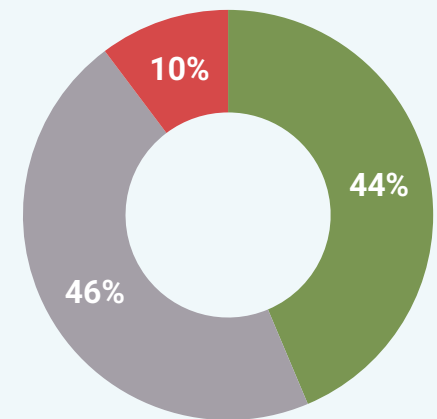
De medier som publicerar flest proaktiva nyheter under året är *Göteborgs-Posten*, *SR P4 Göteborg* och *SVT Nyheter Väst*.

Andel proaktivitet



■ Proaktiv publicitet ■ Övrig publicitet

Tonalitet i den proaktiva publiciteten

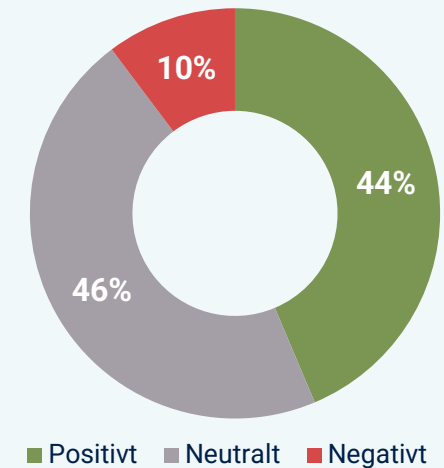


■ Positivt ■ Neutralt ■ Negativt

Pressmeddelanden

Topp 10 - pressmeddelande	Antal artiklar	Räckvidd
2025-01-16: Västtrafik förbjuder fossil reklam i kollektivtrafiken	68	6 580 439
2025-11-13: Västtrafik utökar arbetet med civila kontrollanter	47	2 317 496
2025-09-19: Västtrafik sätter in åtgärder i Skaraborg	36	5 524 462
2025-05-05: Civila biljettkontroller i zon B och C	36	2 741 088
2025-04-22: Storsatsning på Skaraborgs kollektivtrafik	30	1 186 182
2025-04-07: Så kör kollektivtrafiken i påsk	28	1 289 316
2025-04-24: Västtrafiks populära sommarbiljett snart tillbaka	26	551 250
2025-11-04: Klartecken för 35 nya tåg till Västtrafik	26	962 318
2025-08-21: Snabb flygande elfärja testas i Göteborgs skärgård	25	2 594 239
2025-08-28: Färsk undersökning: Restiden viktigare än både klimat och plånbok	25	3 811 703
Totalt	653	51 421 748

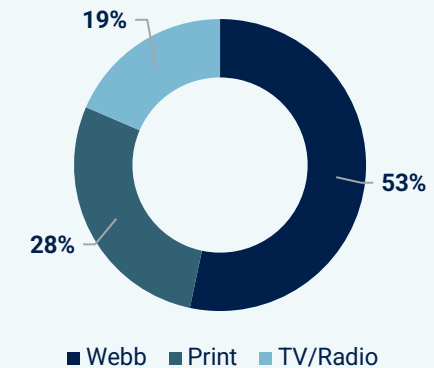
Tonalitet i den proaktiva publiciteten



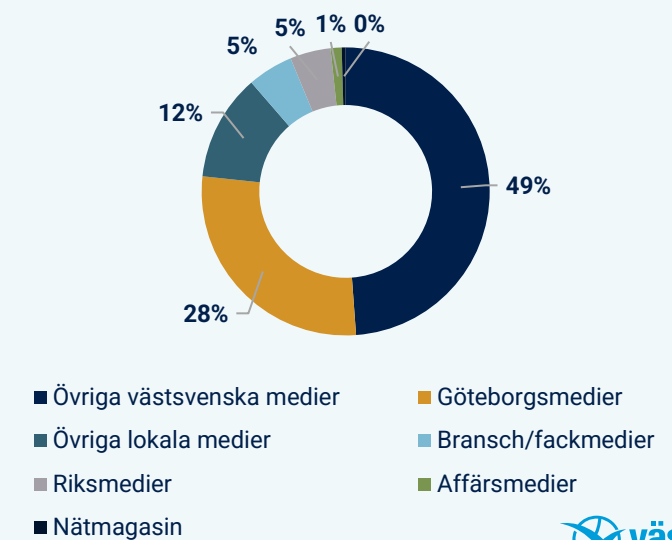
Medietyper och källor

Källnamn	Antal artiklar	Räckvidd
Göteborgs-Posten	607	175 674 000
SR P4 Göteborg	299	34 502 017
Borås Tidning	222	13 261 000
Skaraborgs Allehanda	178	4 095 000
SR P4 Skaraborg	169	11 405 227
Nya Lidköpings-Tidningen	157	5 078 018
SR P4 Väst	155	9 258 691
SVT Nyheter Väst	153	36 139 150
SR P4 Sjuhärad	142	5 117 188
TTELA	141	5 354 000

Medietyp



Källkategori



Sociala medier

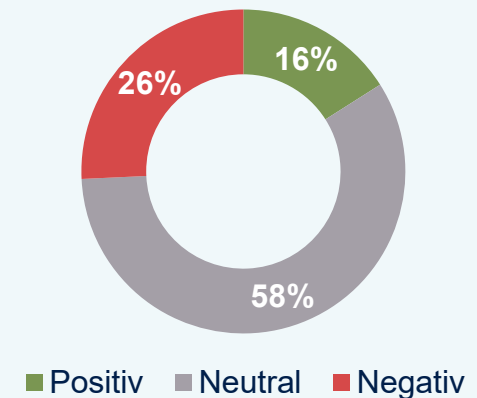
Under 2025 omnämns Västtrafik eller kollektivtrafiken i regionen i 2 813 inlägg i öppna källor i sociala medier. Dessa når cirka 172 miljoner potentiella läsare och genererar 159 tusen interaktioner.

Flest inlägg publiceras i augusti, september och november, medan interaktionen istället toppar under december. Det som driver på mängden interaktioner under december är ett Instagram-konto som börjat få spridning på sina humorinlägg där Västtrafik och Västtrafiks biljettkontrollanter ofta är en måltavla för humorn.

Negativa inlägg finns främst på Facebook och X där 30 respektive 35 procent av inläggen under året är negativa. På Facebook bottnar kritiken ofta i redaktionella nyheter där upplevda försämringar efter nya tidtabeller, diskriminering mot synskadade och trafikstörningar är några av de större teman som kritiseras. På X är innehållet mer politiskt och kopplar delvis an till de upplevda försämringarna efter tidtabellsbytet, men merparten diskuterar prissättning, politisk styrning och kompetens, ofta i relation till förseningar, tekniska problem i appen och inställda turer. Som alltid är språkbruket väldigt hårt på X.

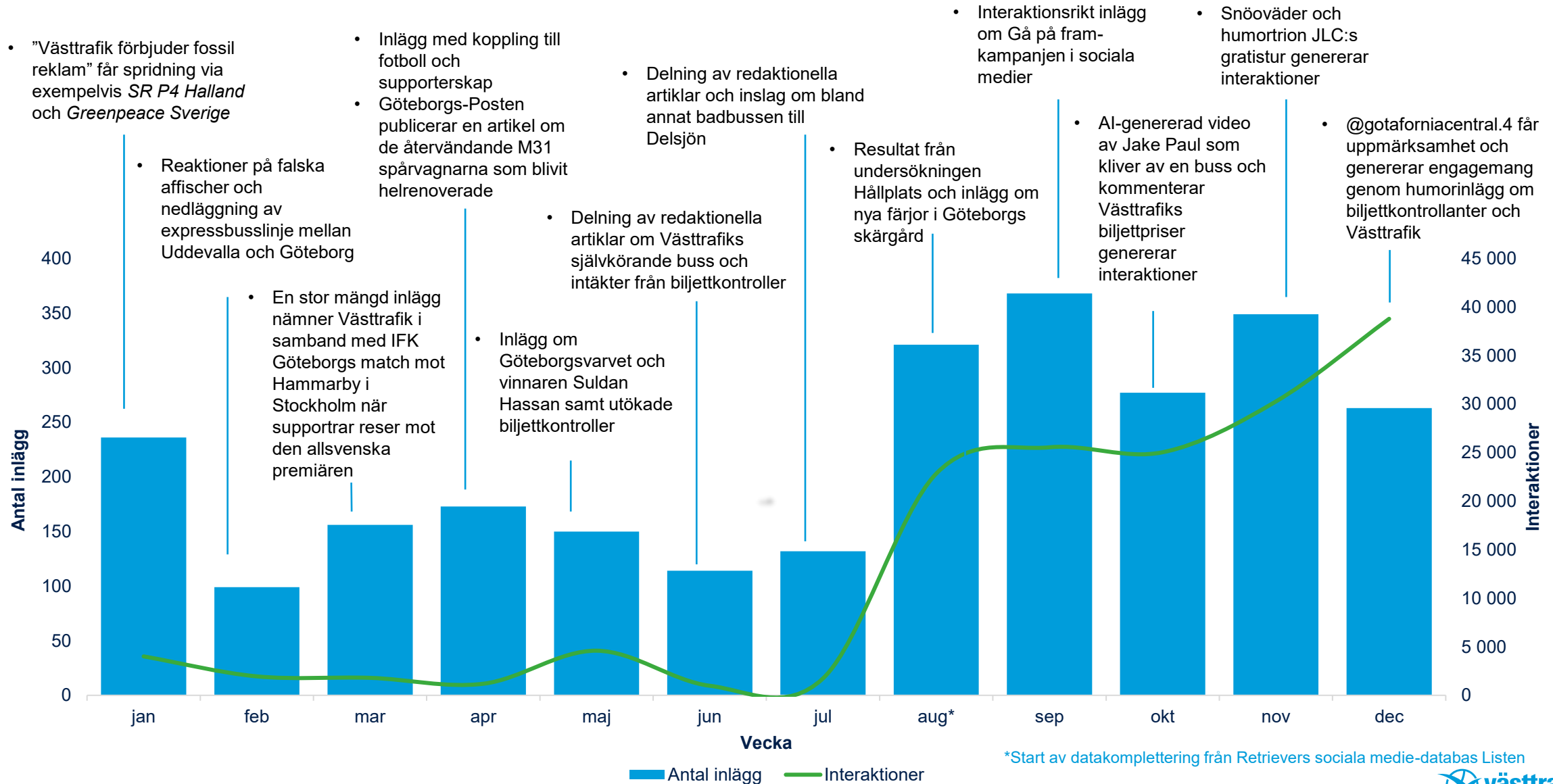
Positiva inlägg rör billigare kollektivtrafik för göteborgare samt redaktionella artiklar om bland annat spårvagnslinje 12 mellan Lindholmen och Mölndal, den nya elfärjan och det digitala seniorkortet.

Tonalitet sociala medier*



*Tonaliteten på sociala medier kodas maskinellt utifrån ett AI-verktyg som utgår från värdeladdade ord, emojis och dylikt. Således skiljer sig bedömningen åt från de redaktionella medierna.

Tidslinje, sociala medier



Tack!

Mette Ramquist, presschef

Mette.ramquist@vasttrafik.se

0702-90 68 18