



# Medlemsundersökning 2019

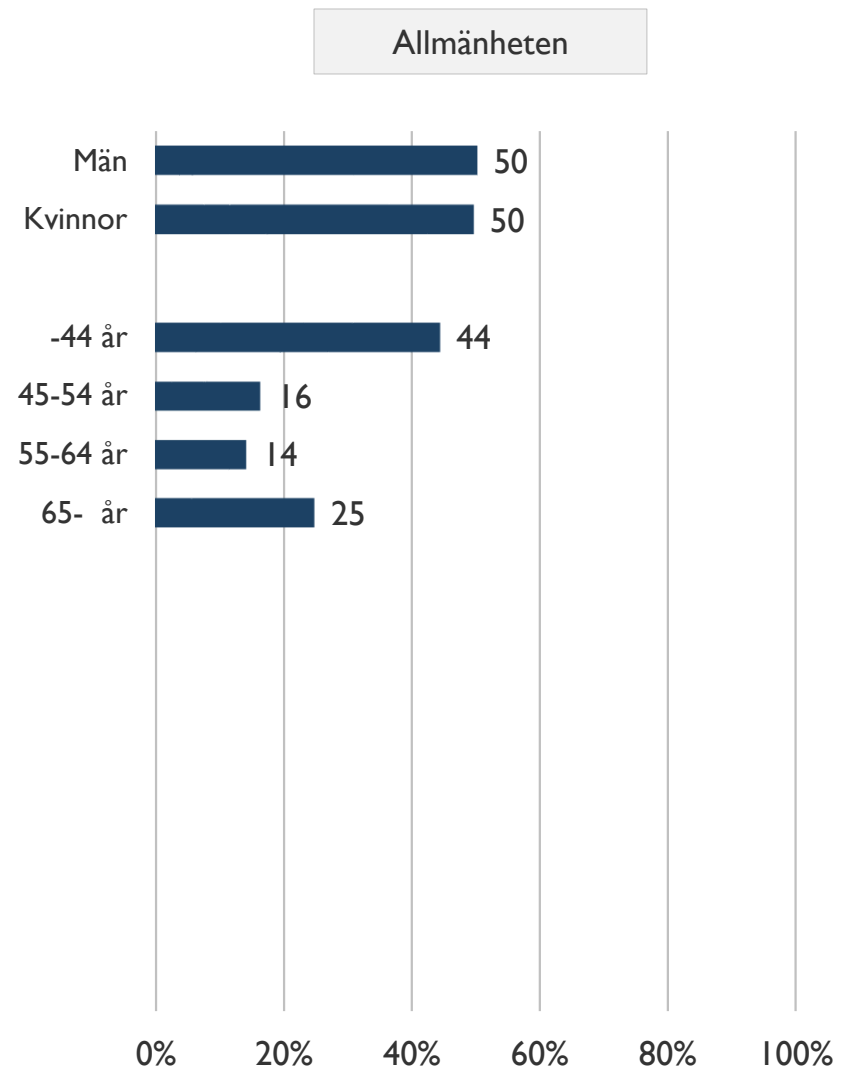
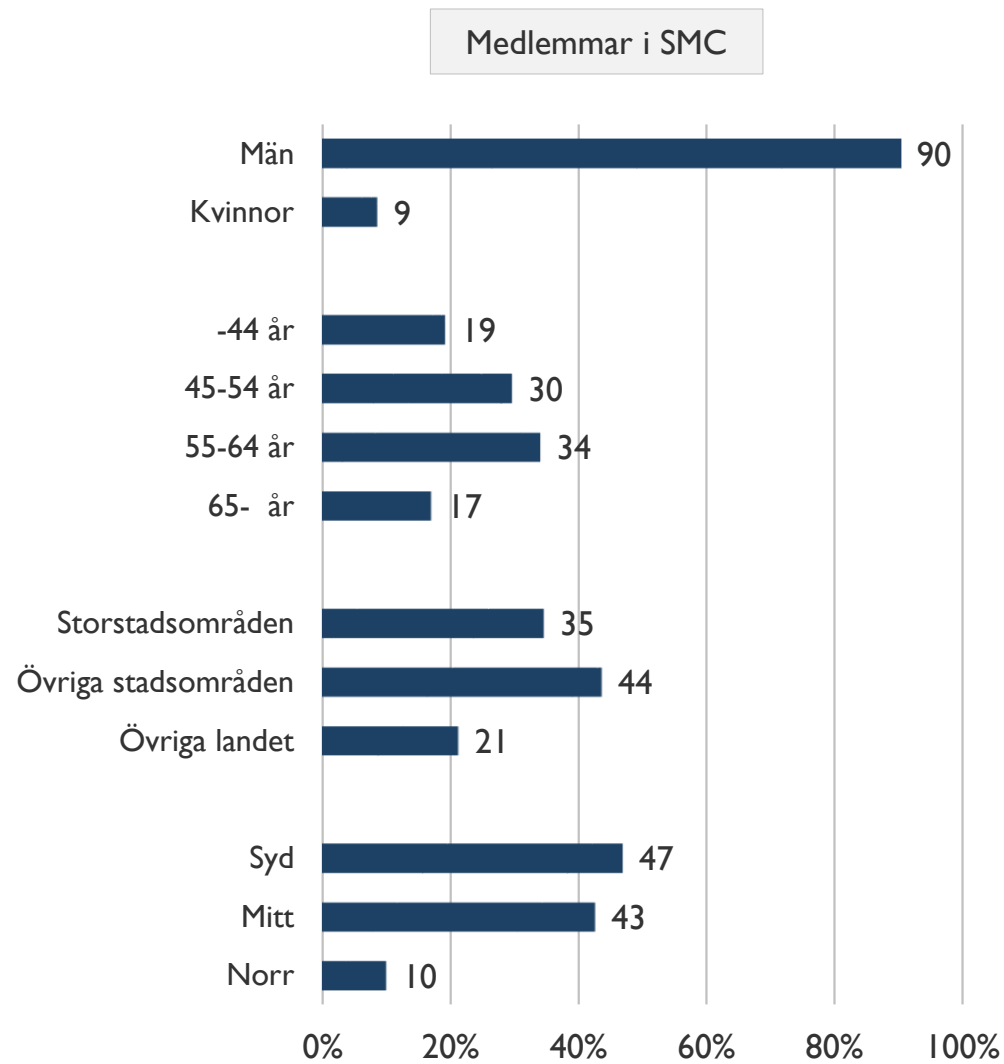
Riksorganisationen Sveriges Motorcyklister – SMC

2019-11-17

# Om undersökningen

- **Metod:** Webbenkät med två påminnelser
- **Målgrupp:** SMC:s medlemsbas
- **Antal intervjuer:** 1 510 intervjuer
- **Period:** 10 – 28 oktober 2019
- **Deltagarfrekvens:** 33 procent

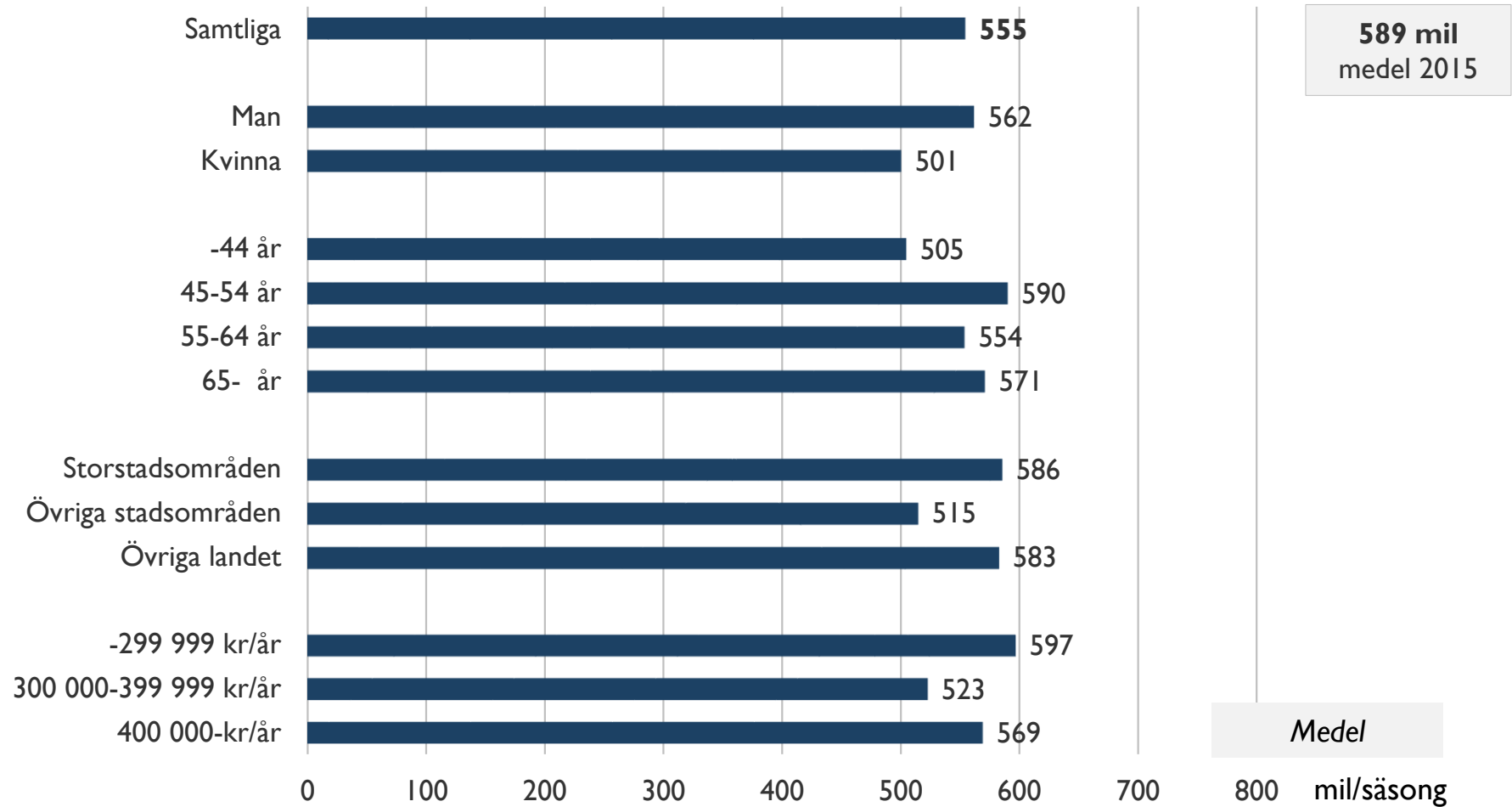
# Om målgruppen



# Om MC-livet

# Körsträcka under en säsong

- Kvinnor kör mindre

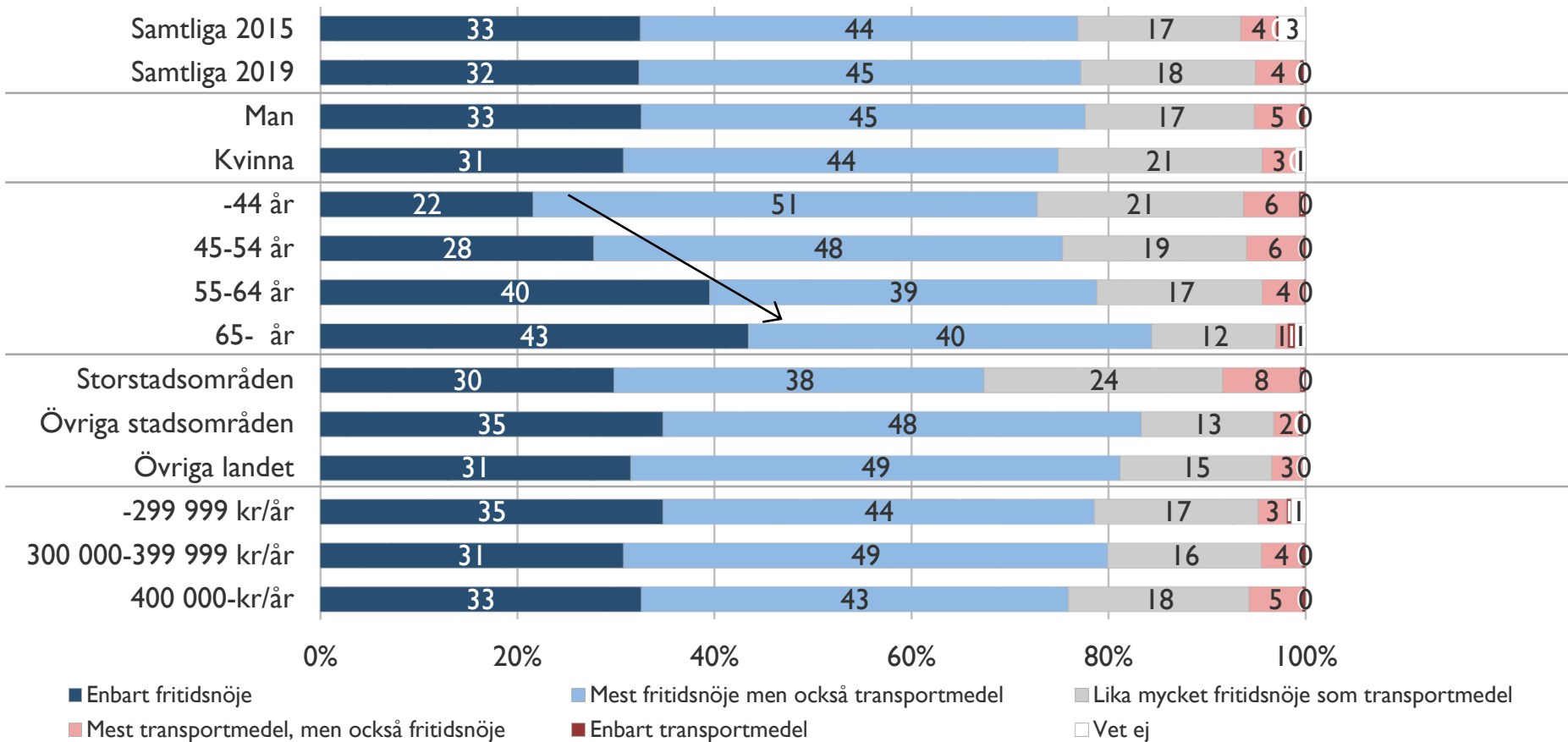


**Fråga:** Ungefär hur långt kör du normalt motorcykel under en säsong?

Bas: Samtliga 1510 intervjuer (extrema värden rensade)

# Användningsområden

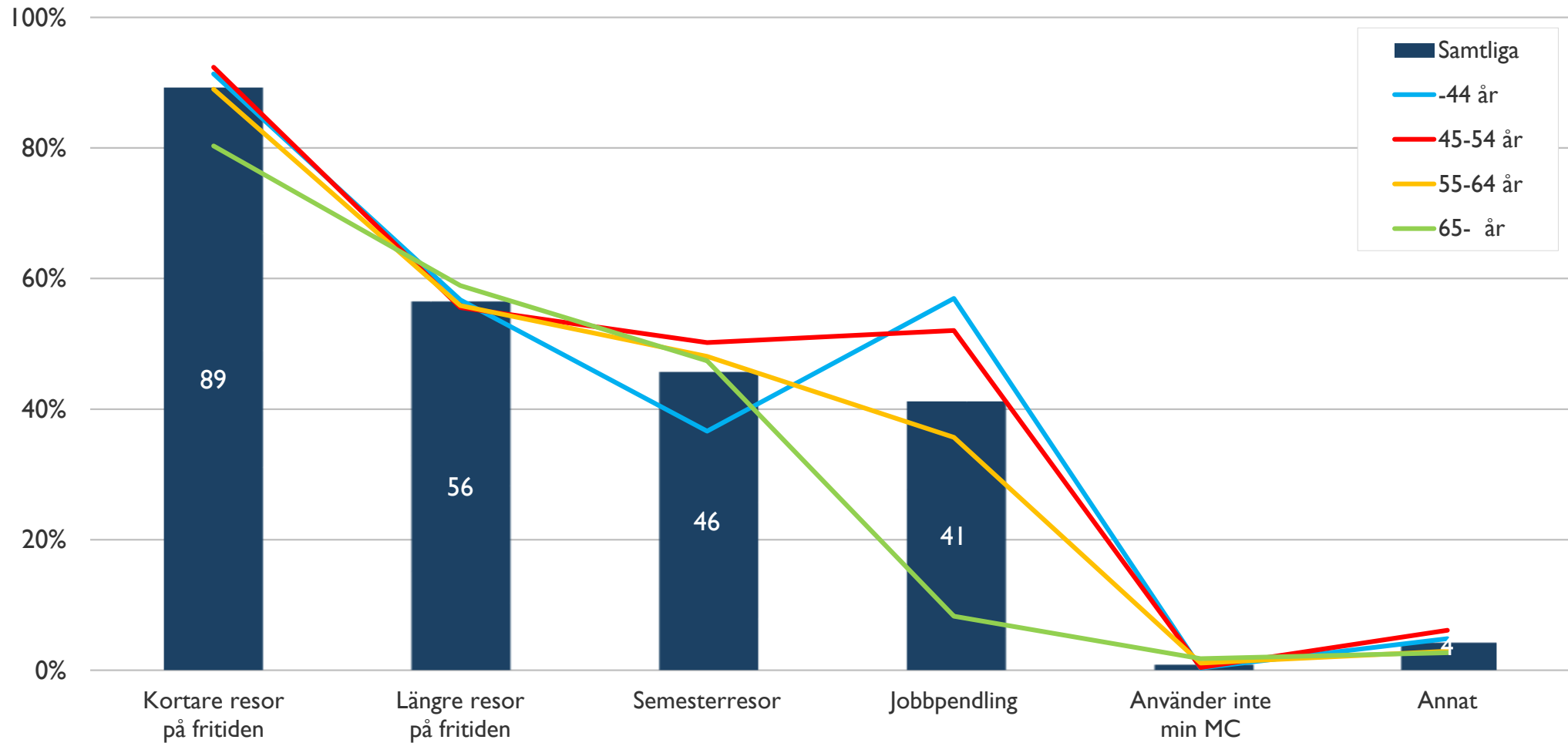
- MC som fritidsnöje tydligt samband med ålder



**Fråga:** I vilken utsträckning är motorcykeln för dig ett fritidsnöje kontra ett transportmedel?

# Användningsområden

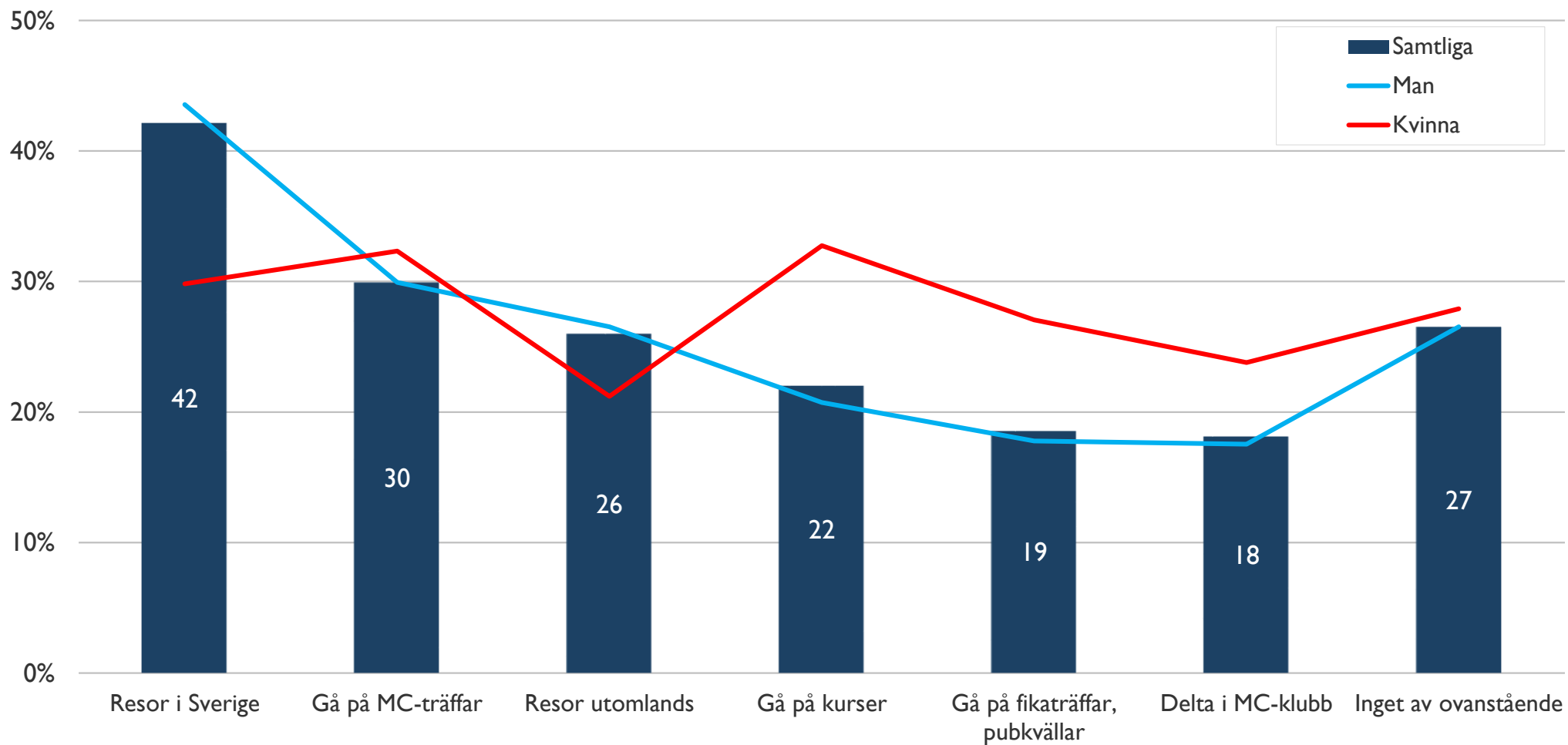
- Tydliga och naturliga ålderskillnader för jobbpendling med MC



**Fråga:** På vilket eller vilka av följande sätt använder du din/dina MC?

# Aktiviteter

- Mäns och kvinnors MC-liv olika



**Fråga:** Vad av följande brukar du göra i ditt MC-liv, på egen hand eller i regi av någon arrangör? Arrangören kan vara SMC eller någon annan

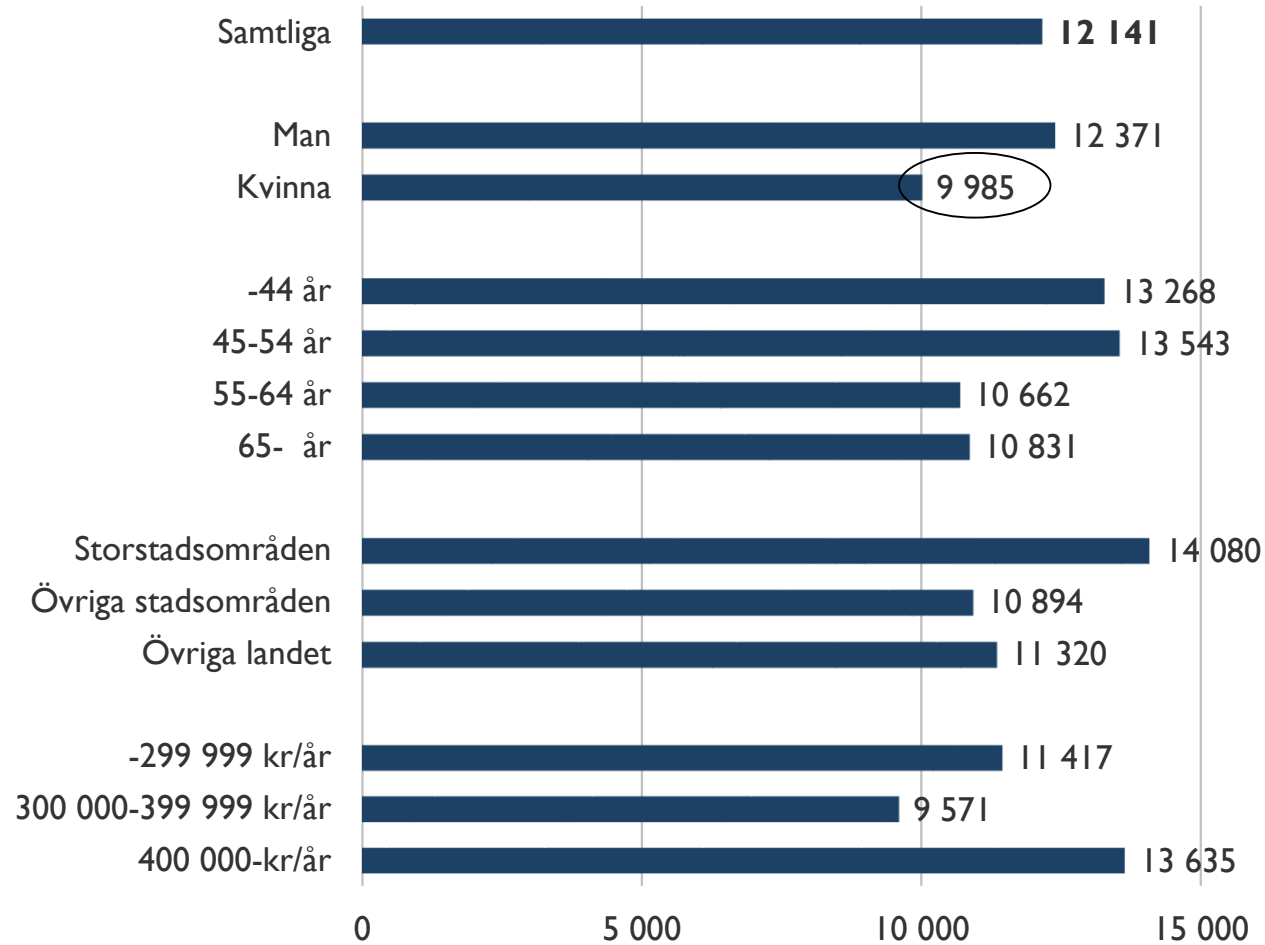


# MC-konsumtion

# Kronor spenderade på MC-åkande

- Män och boende i storstadsområden spenderar mest, kvinnors MC-konsumtion har ökat sedan 2015

Genomsnitt

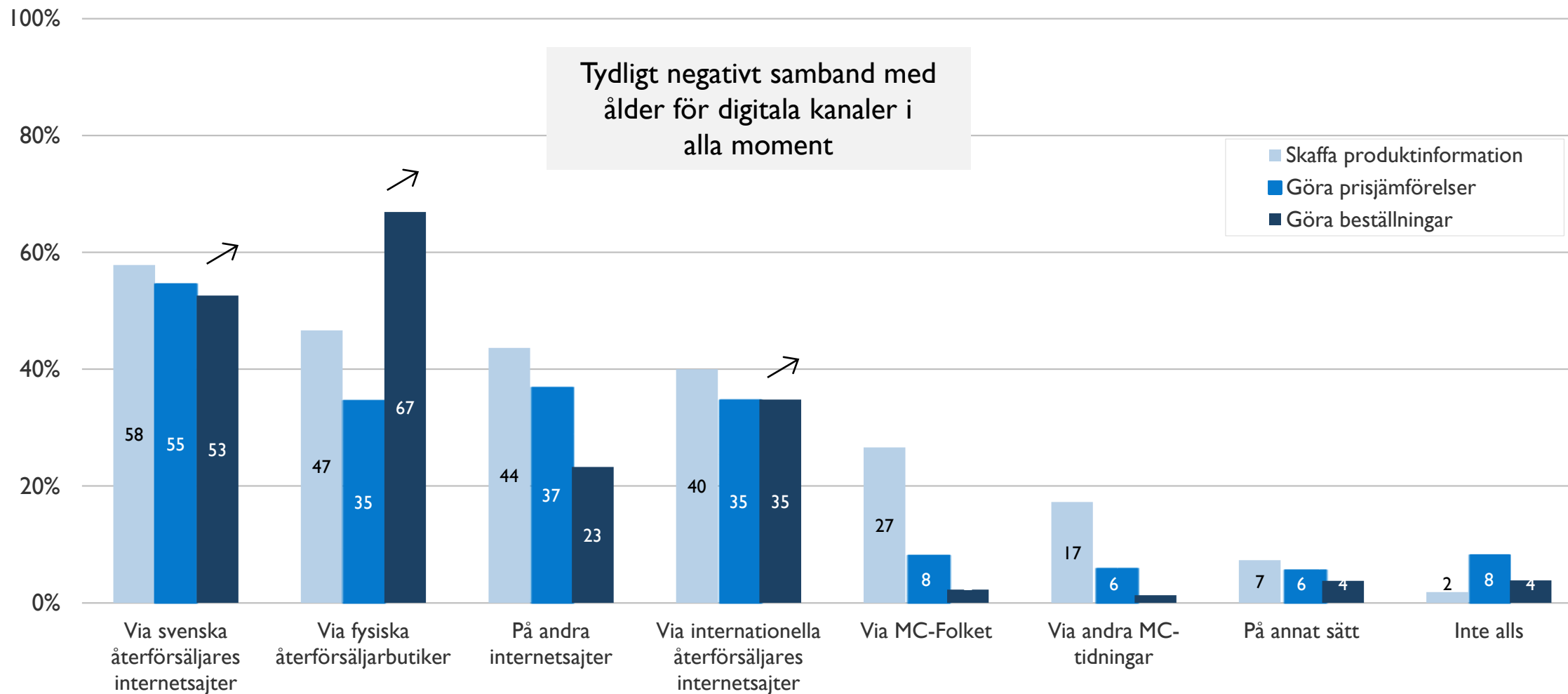


| Genomsnitt 2015 |           |
|-----------------|-----------|
| Samtliga        | 12 219 kr |
| Män             | 12 766 kr |
| Kvinnor         | 7 750 kr  |

**Fråga:** Ungefär hur mycket pengar lägger du ner på ditt motorcykelåkande under en säsong?

# Köp av MC-relaterade produkter

- Information hämtas främst från internetsajter men beställning sker oftast i fysiska butiker

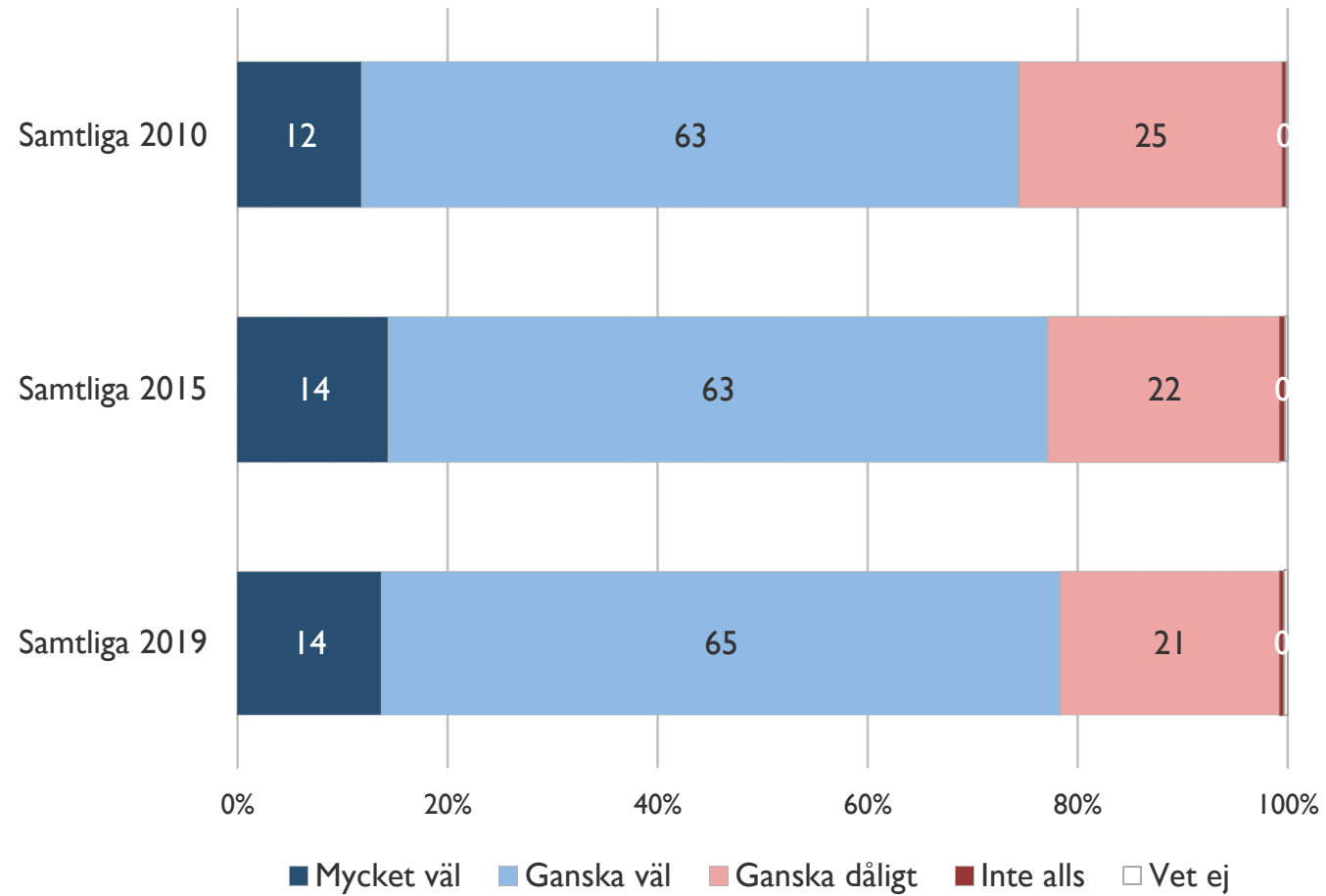


**Fråga:** När du köper MC-relaterade produkter, på vilket eller vilka sätt brukar du då...?

Om SMC

# Kännedom

- Allt större kännedom om SMC bland medlemmarna

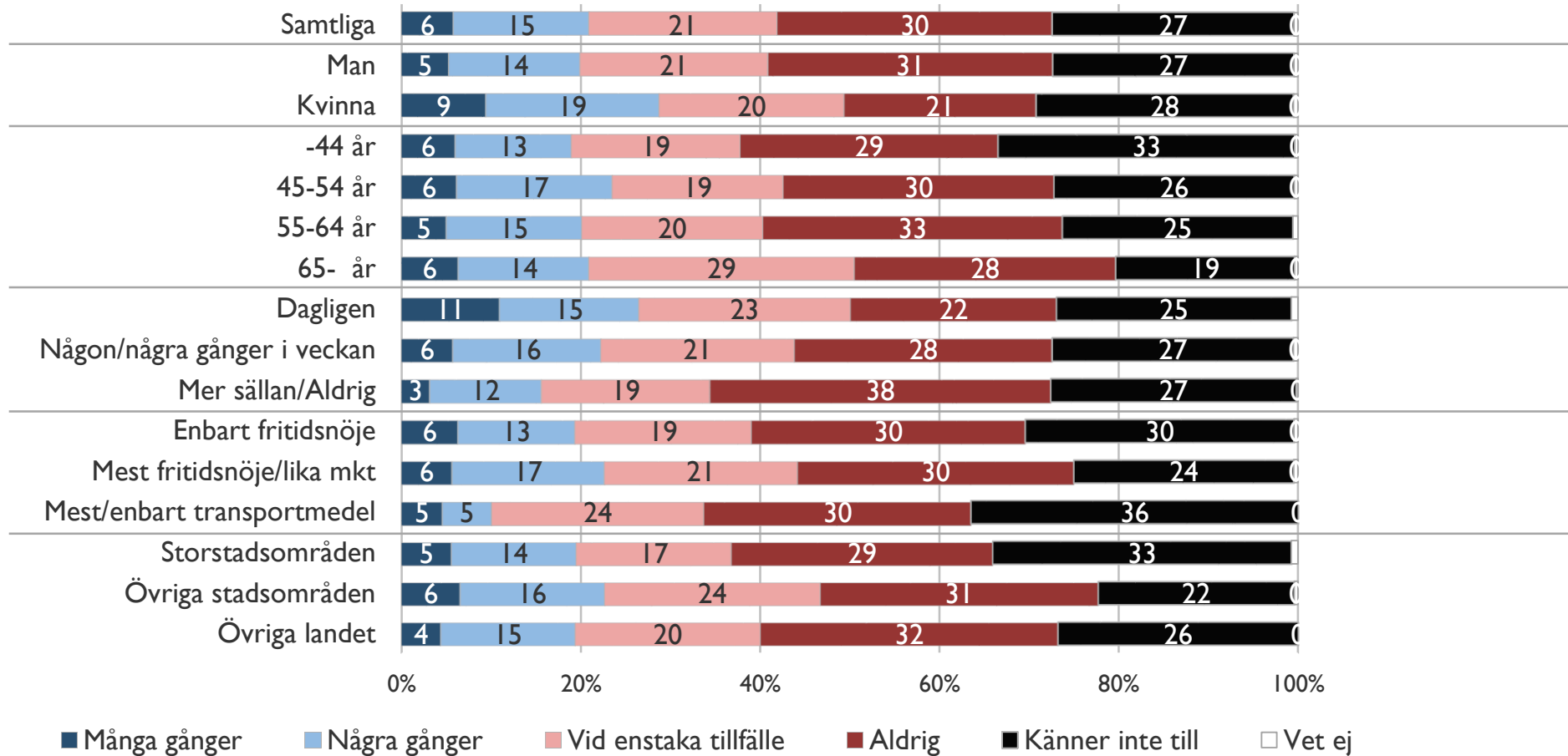


**Fråga:** Hur väl känner du till SMC?

Bas: Samtliga 1510 intervjuer

# Distriktsverksamhet

- Kvinnor deltar mer i lokal verksamhet

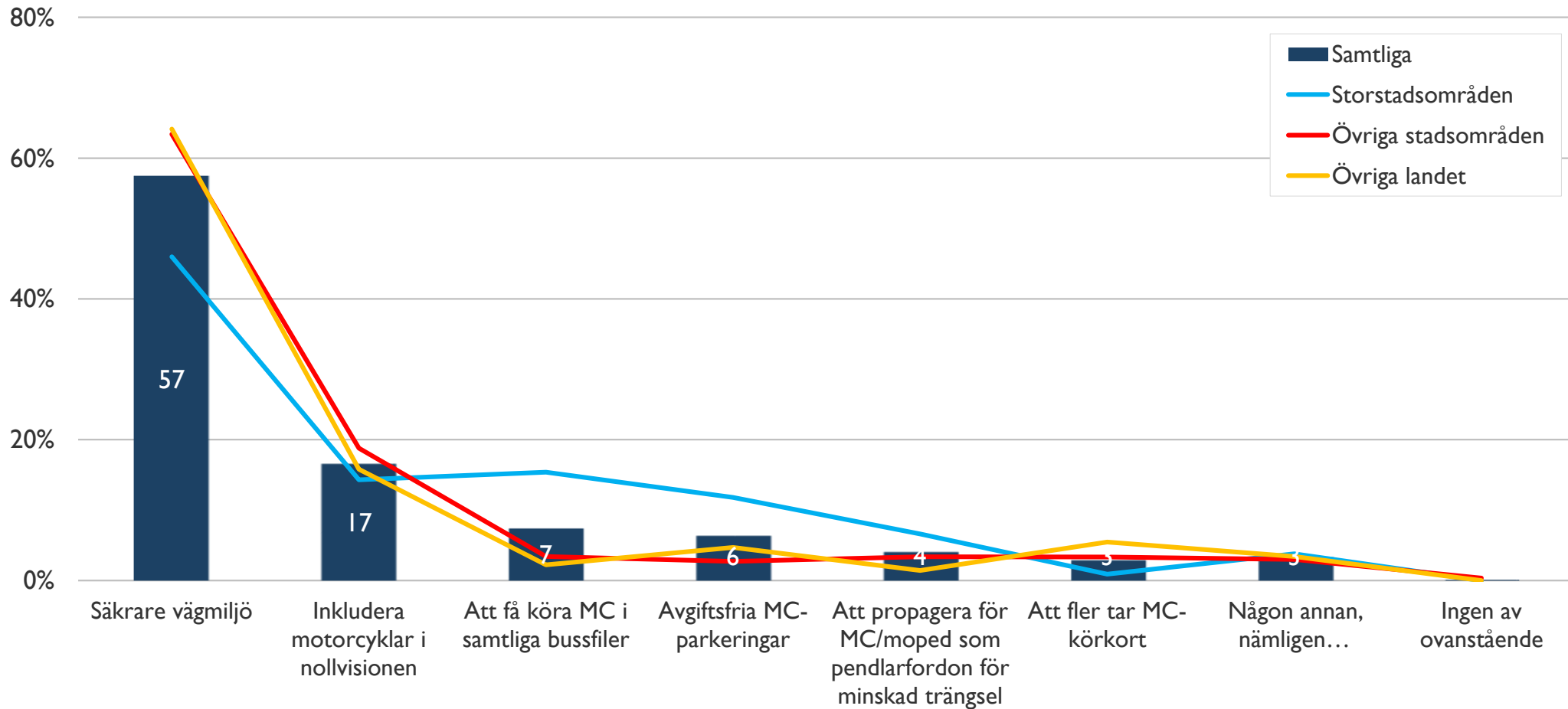


**Frågor:** Du är inte bara medlem i riksorganisationen utan även i ett av SMCs 21 distrikt. Hur väl känner du till verksamheten i ditt distrikt?  
Hur ofta har du deltagit i aktiviteter som arrangerats av ett distrikt, t ex kurser, sammankomster, årsmöten?

Bas: Samtliga 1510 intervjuer

# SMC:s viktigaste fråga

- MC i bussfil och avgiftsfria parkeringar viktigare för medlemmar i storstad



**Fråga:** Vilken fråga tycker du är viktigast att SMC driver?

## Variation bland övriga svar

*”Att se till så mc sporten inte dör ut i Sverige så som cross/enduro körning, tävlingar på bana i alla dess former. Sporten va det som startade intresset för många, finns inte den dör även det andra ut.”*

*”Få bort att media kalla kriminella gäng för just ”MC- gäng”! Det solkar oss övriga 99,9%”*

*”Ta bort vajerräcken på 2-1 vägar”*

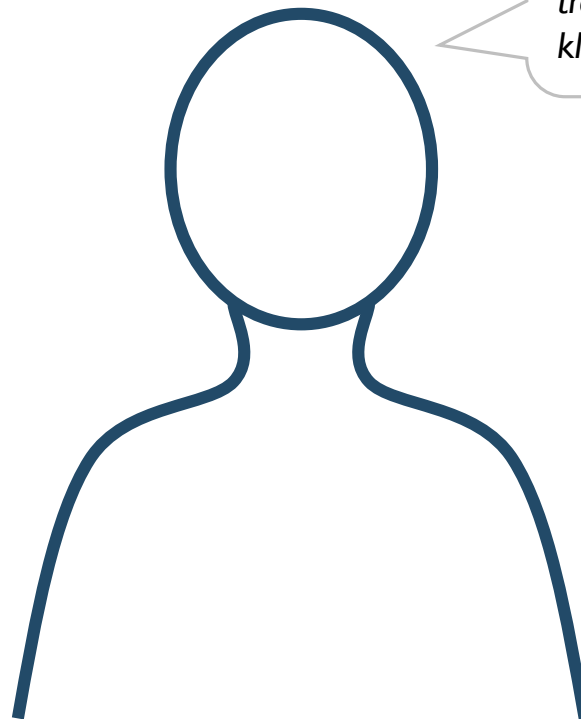
*”Entusiasmera och bidra till mc-gemenskapen med utbildningar och träffar.”*

*”Alla borde ta om sitt körkort med viss tidsintervall. Det skulle generera säkrare trafikanter och gallra bort dem som inte klarar uppgiften”*

*”Att bidra till koldioxidfritt mc-åkande på sikt”*

*”Fortsätta att vara en pådrivande remissinstans och lobbyist så att folk kan fortätta att till en rimlig kostnad och i ett rimligt regelverk fortsätta att köra motorcykel.”*

*”Att motarbeta politiska förslag som sätter stopp för den frihetskänsla vi motorcyklister känner”*



**Fråga:** Vilken fråga tycker du är viktigast att SMC driver?

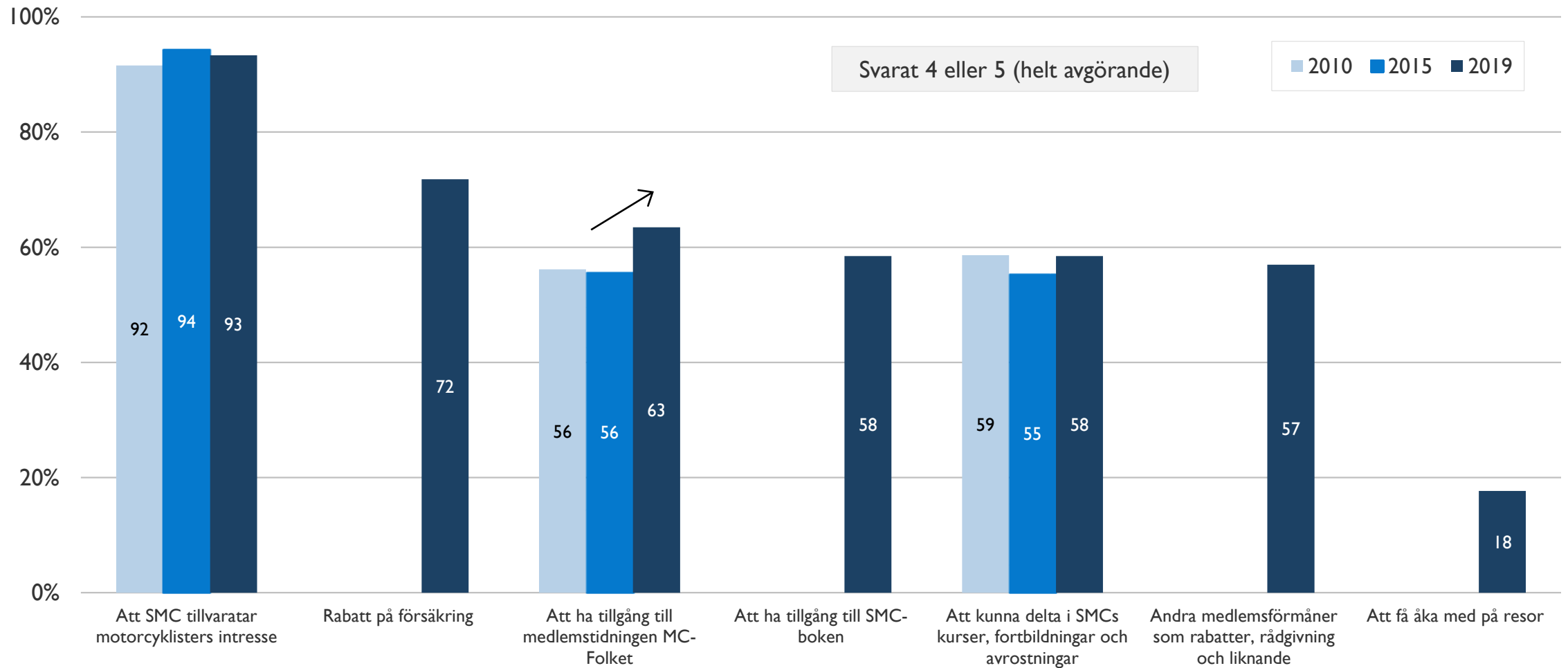


# Skäl till medlemskap



# Skäl till medlemskap

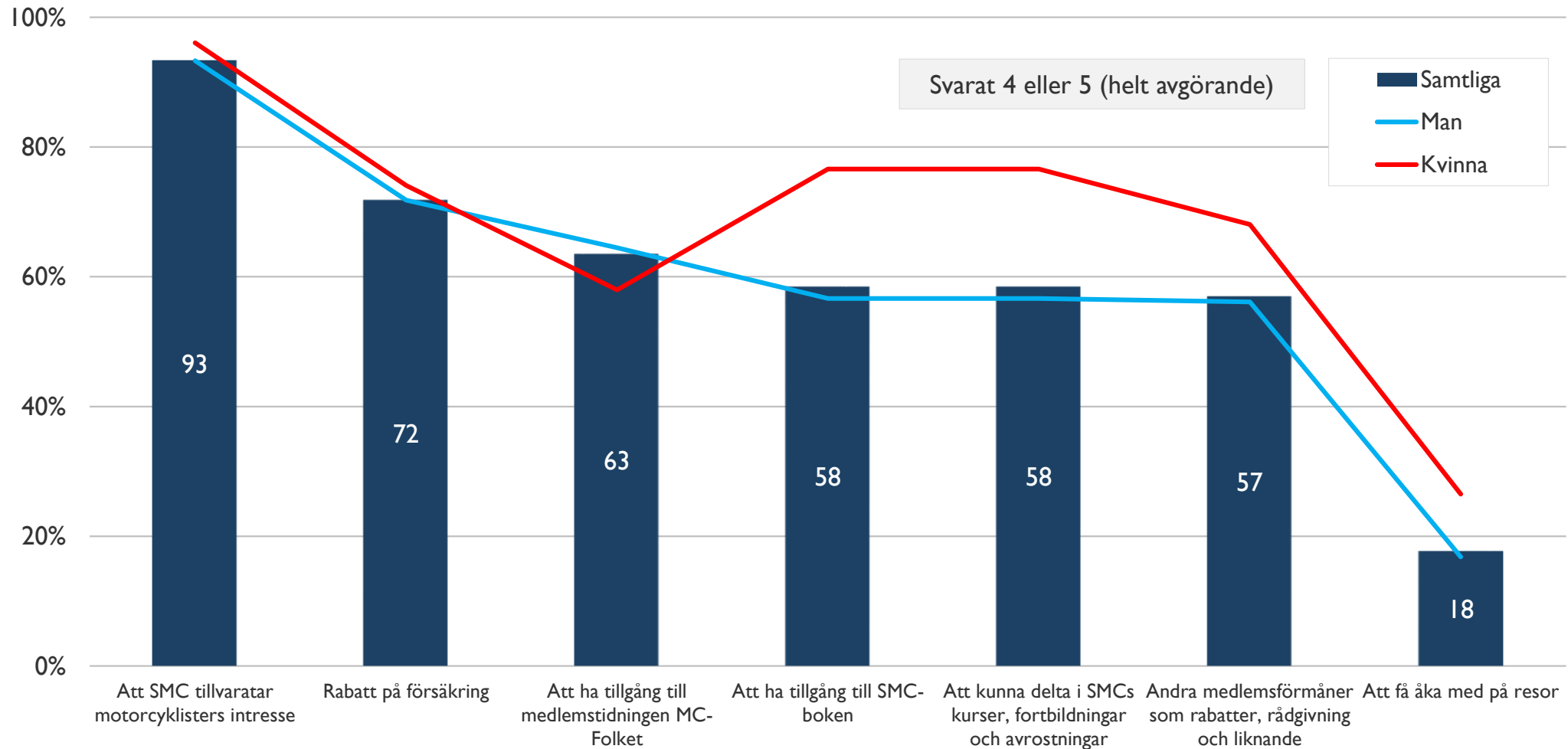
- MC-Folket har blivit viktigare för medlemskap



**Fråga:** Hur viktigt är vart och ett av följande för ditt beslut att vara medlem i SMC?

# Skäl till medlemskap

- SMC-Boken, kurser och andra medlemsförmåner viktigare för kvinnliga medlemmar

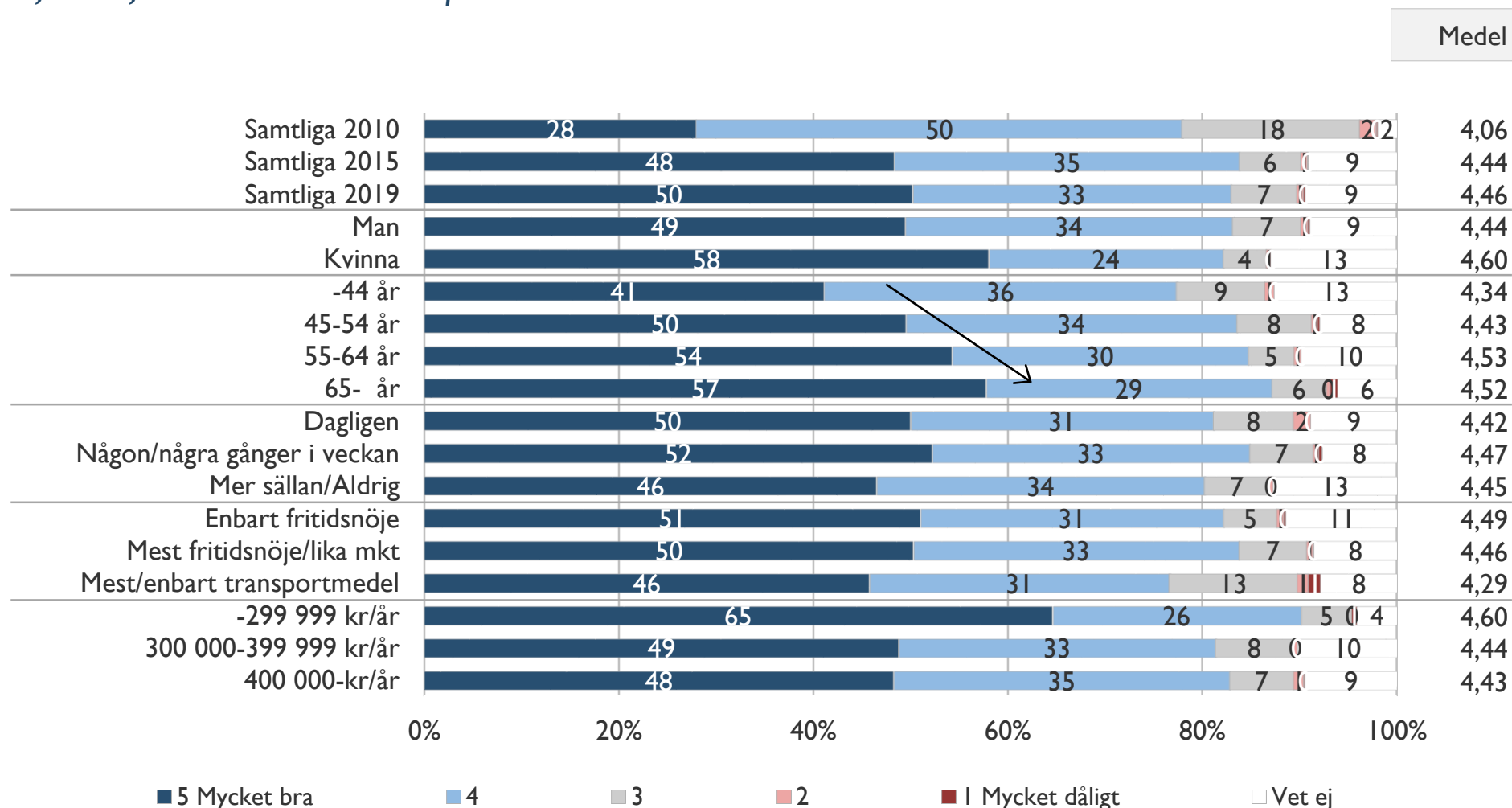


**Fråga:** Hur viktigt är vart och ett av följande för ditt beslut att vara medlem i SMC?

# Attityder till SMC

# Företrädande av Sveriges motorcyklisters intresse

- Mycket positiv, stabil, bild av hur väl SMC företräder sina medlemmar

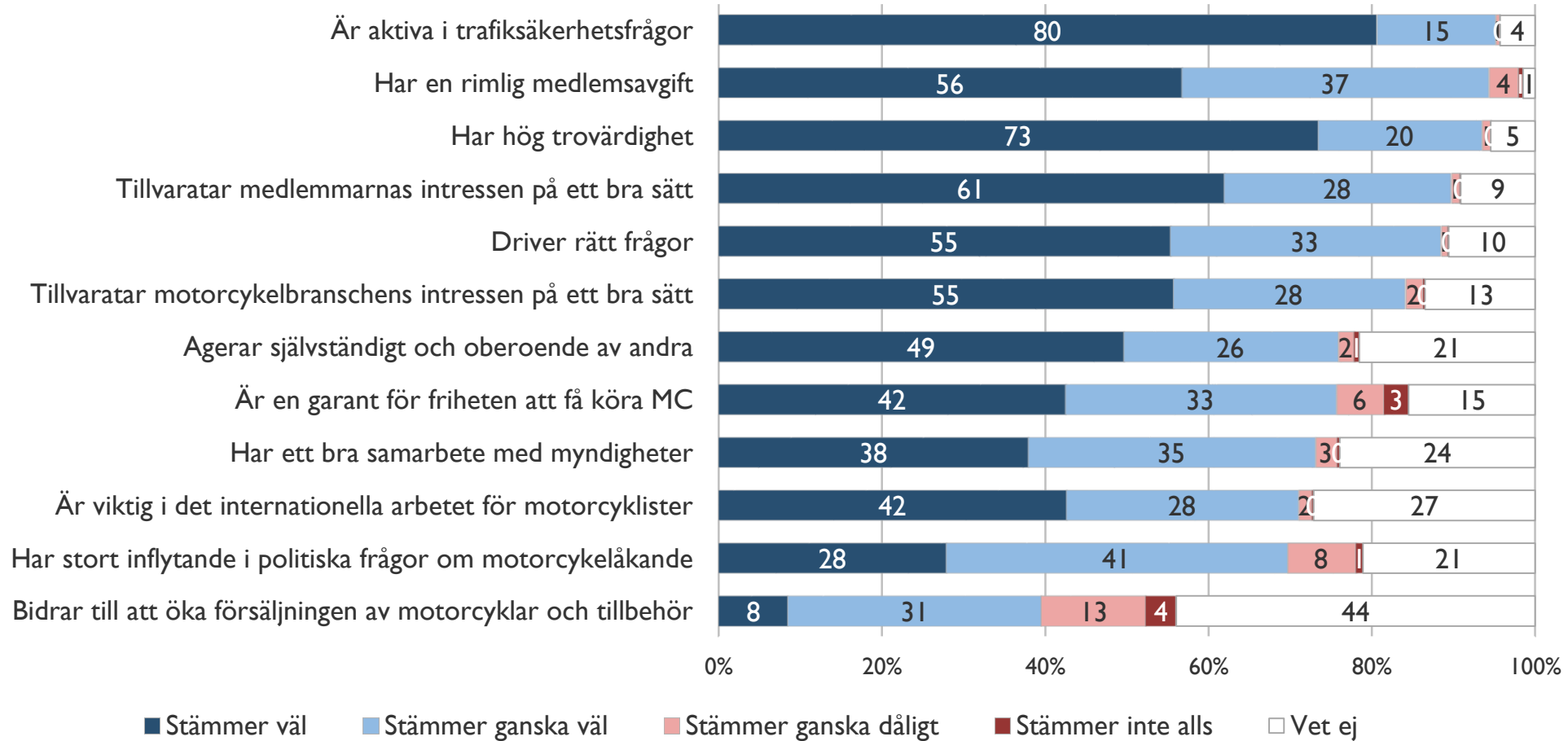


**Fråga:** SMC företräder Sveriges motorcyklisters intresse. Hur bra anser du att SMC hanterar sin uppgift?



# Attityder till SMC

- SMC är aktiva i säkerhetsfrågor, en rimlig medlemsavgift och hög trovärdighet

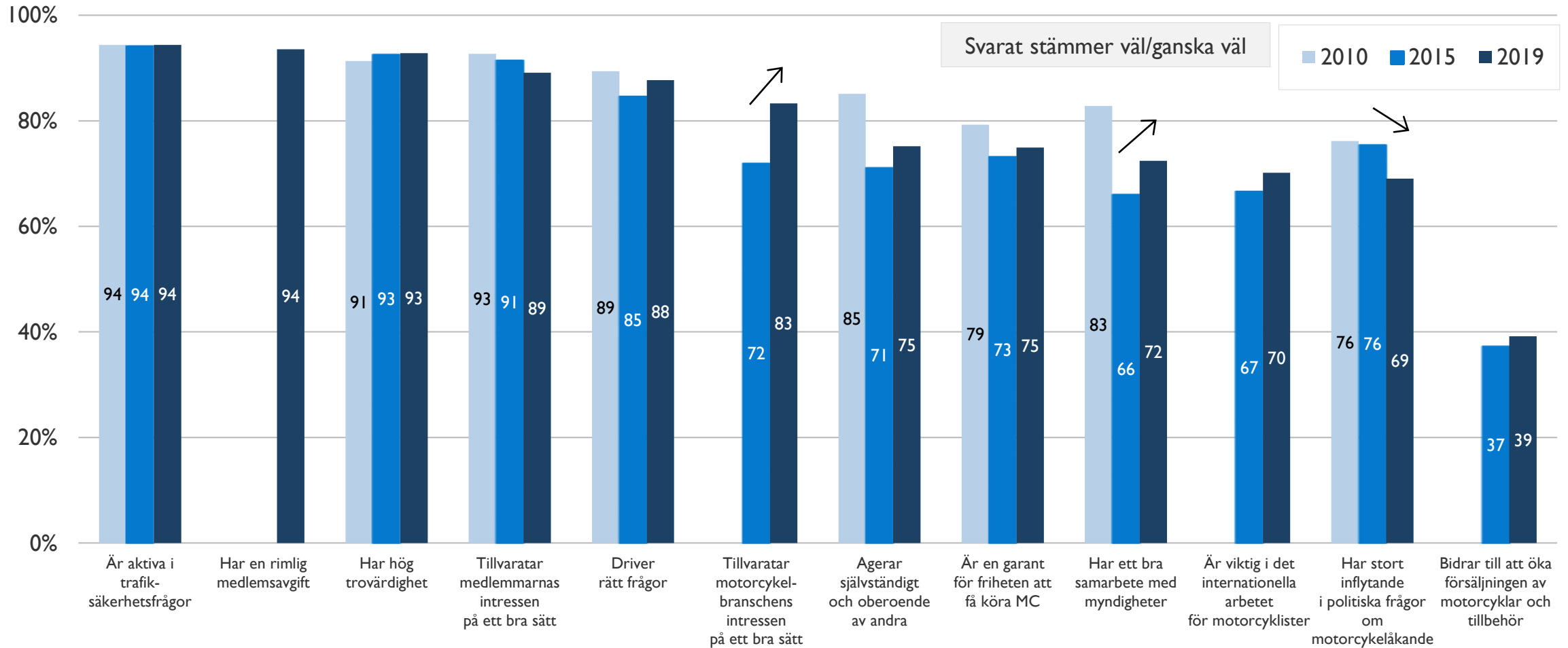


**Fråga:** Hur ställer du dig till vart och ett av följande påståenden om SMC?



# Attityder till SMC

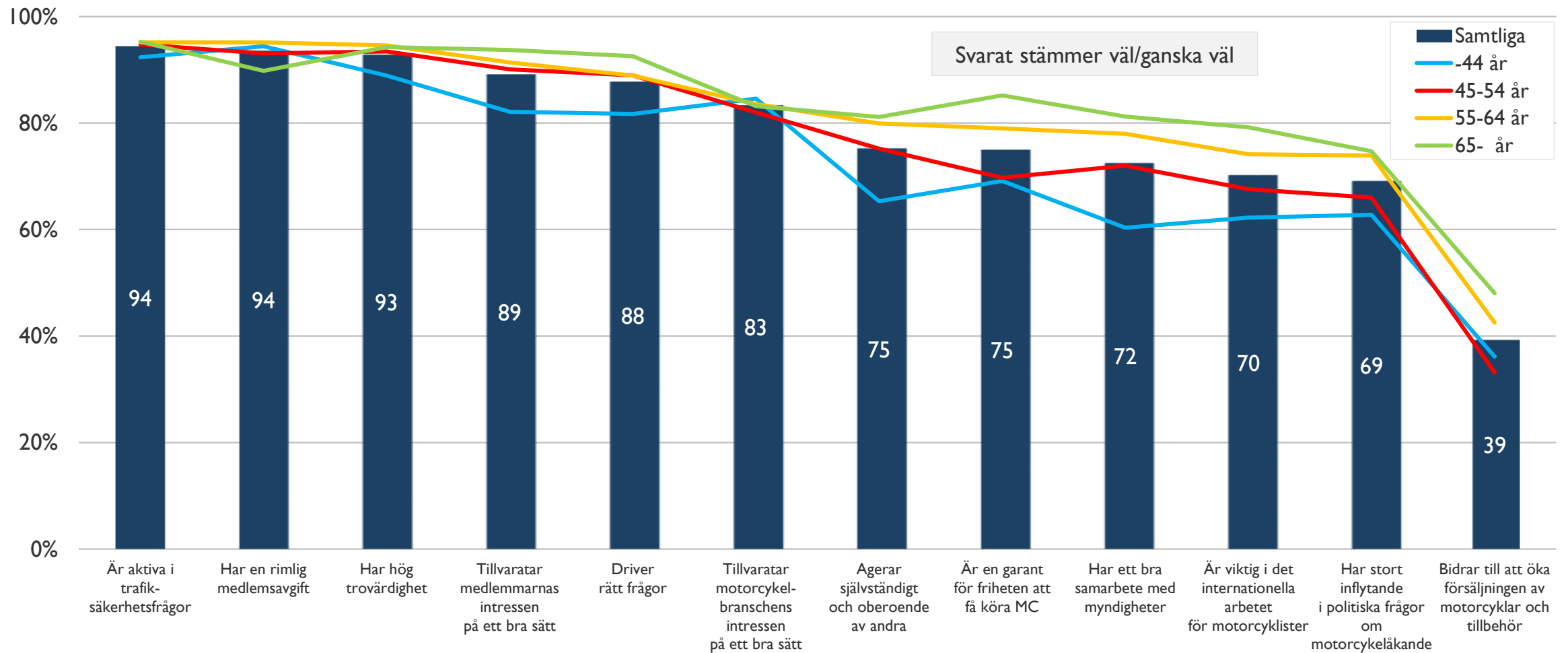
- Mer positiv bild av branschens intressen, och samarbetet med myndigheter, försämrad bild av politiskt inflytandet



**Fråga:** Hur ställer du dig till vart och ett av följande påståenden om SMC?

# Attityder till SMC

- Yngre medlemmar mindre positiva till SMC som oberoende och dess samarbete med myndigheter

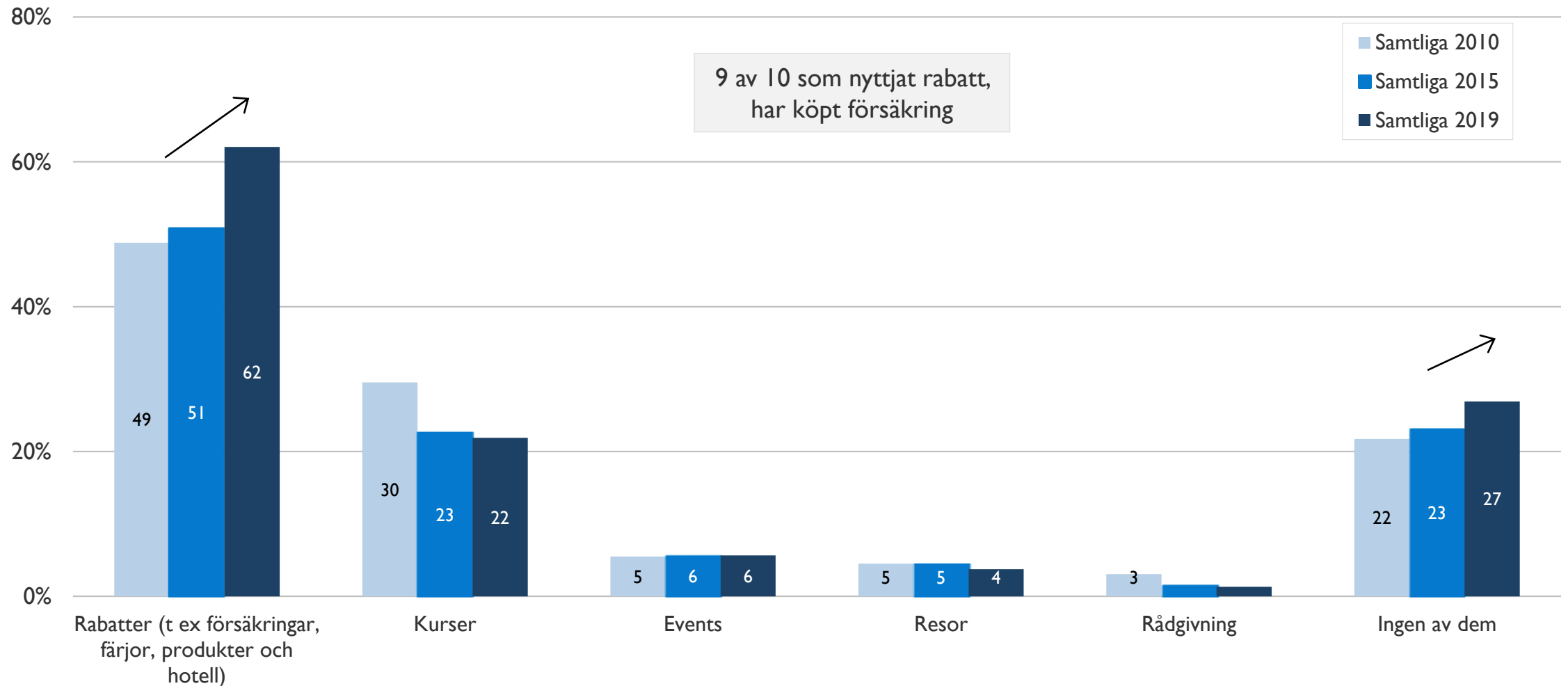


**Fråga:** Hur ställer du dig till vart och ett av följande påståenden om SMC?

# Medlemsförmåner

# Förmåner och erbjudanden

- Rabatter fortsatt mest frekvent utnyttjade erbjudandet, men avtagande trend för förmåner överlag

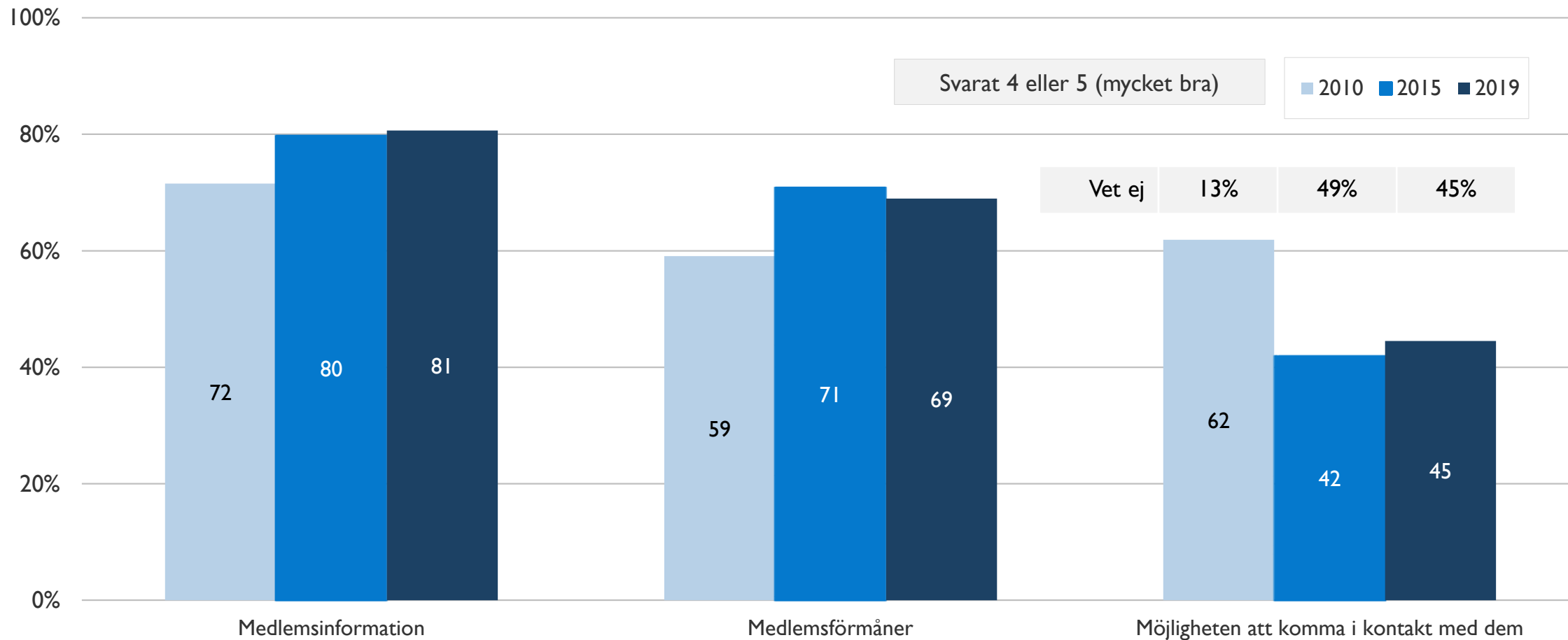


**Fråga:** Vilka av följande förmåner och erbjudanden via SMC har du utnyttjat under de senaste två åren?

# SMC – information och kommunikation

# Kontakt med SMC över tid

- *Stabila, positiva omdömen*

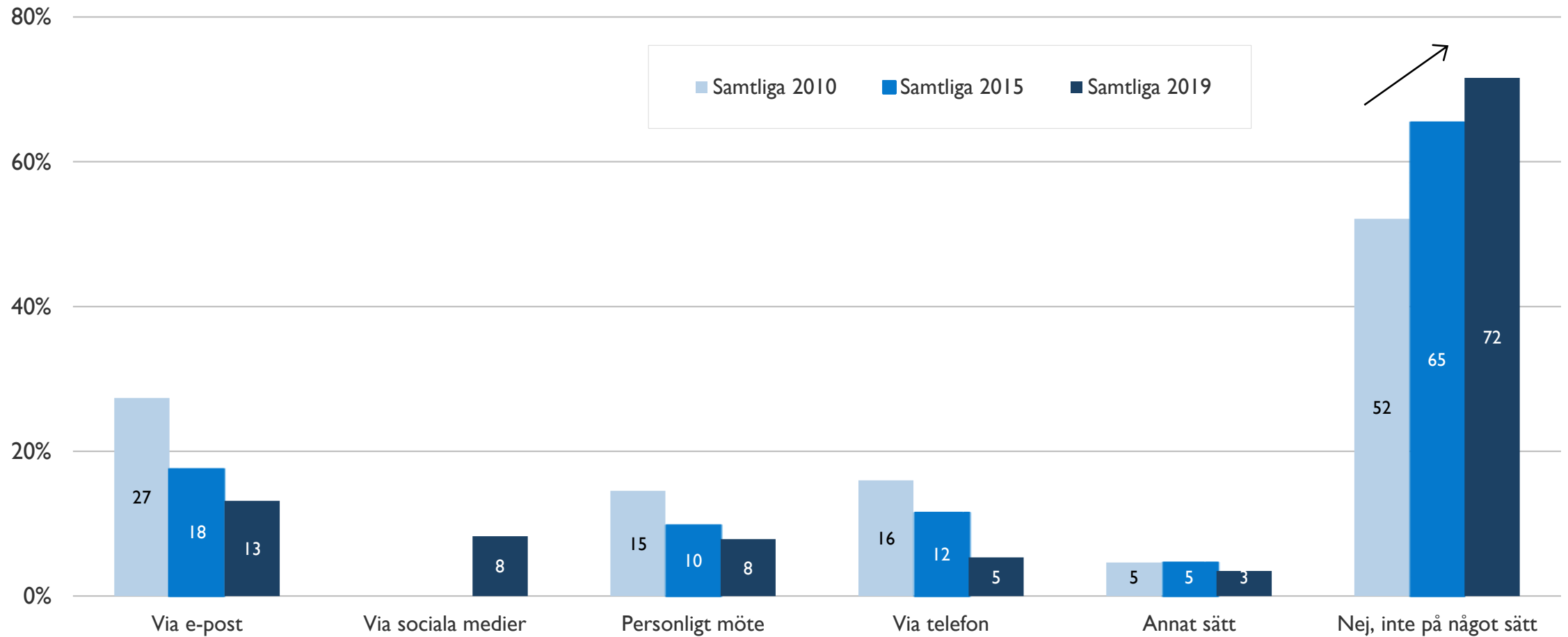


**Fråga:** Vilket omdöme ger du SMC avseende...?

Bas: Samtliga 1510 intervjuer (2015 1286 intervjuer: 2010 819 intervjuer)

# Kontakt

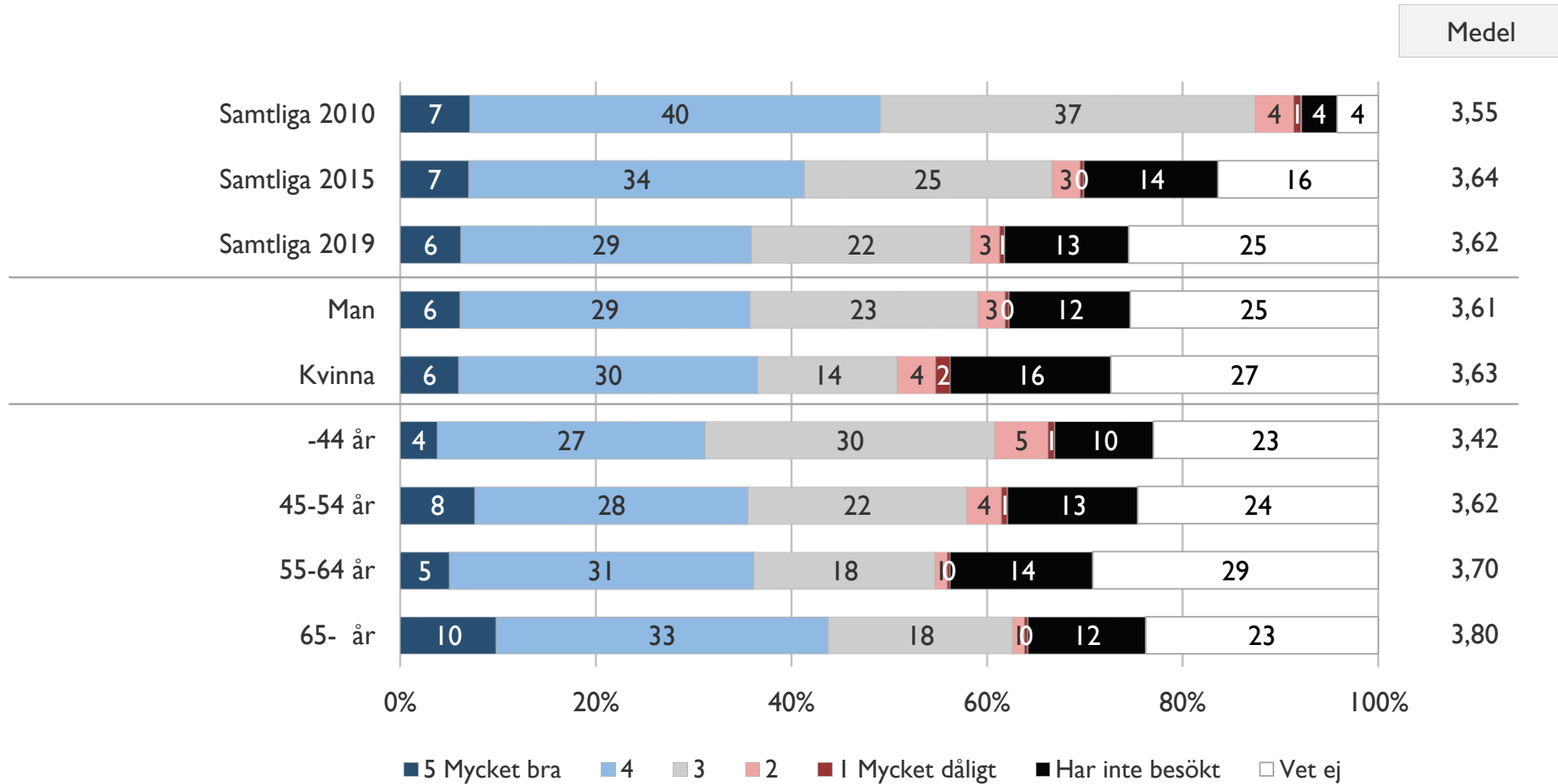
- Kontakterna med SMC minskar för varje år



**Fråga:** Har du under det senaste året varit i kontakt med SMC på något av följande sätt?

# SMC:s hemsida

- Ju äldre medlem, desto mer positiv till hemsidan



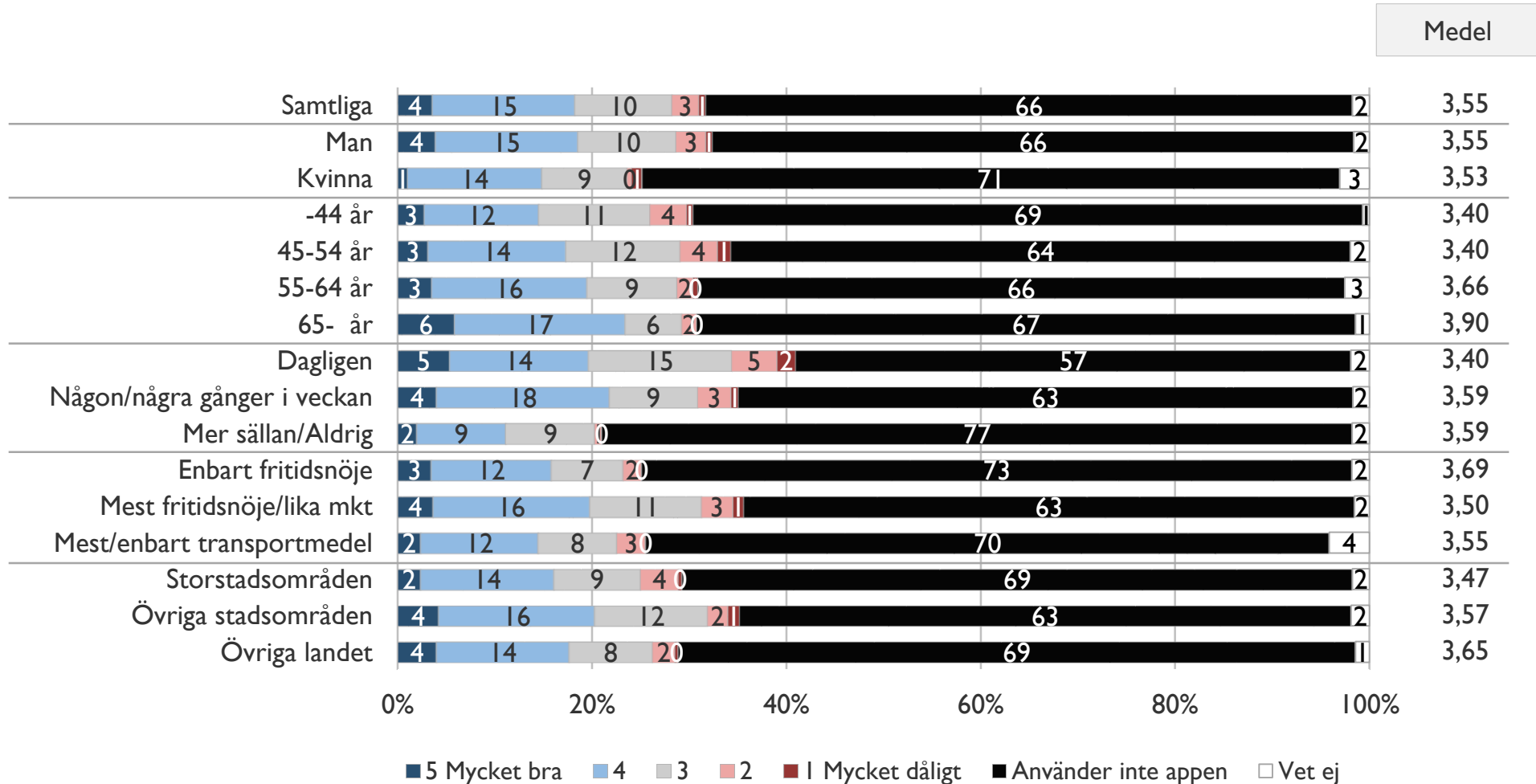
**Fråga:** Vilket omdöme ger du SMC s hemsida?

Bas: Samtliga 1510 intervjuer (2015 1286 intervjuer: 2010 819 intervjuer)



# Appen

- 1 av 3 medlemmar använder appen, fler bland de som kör MC dagligen

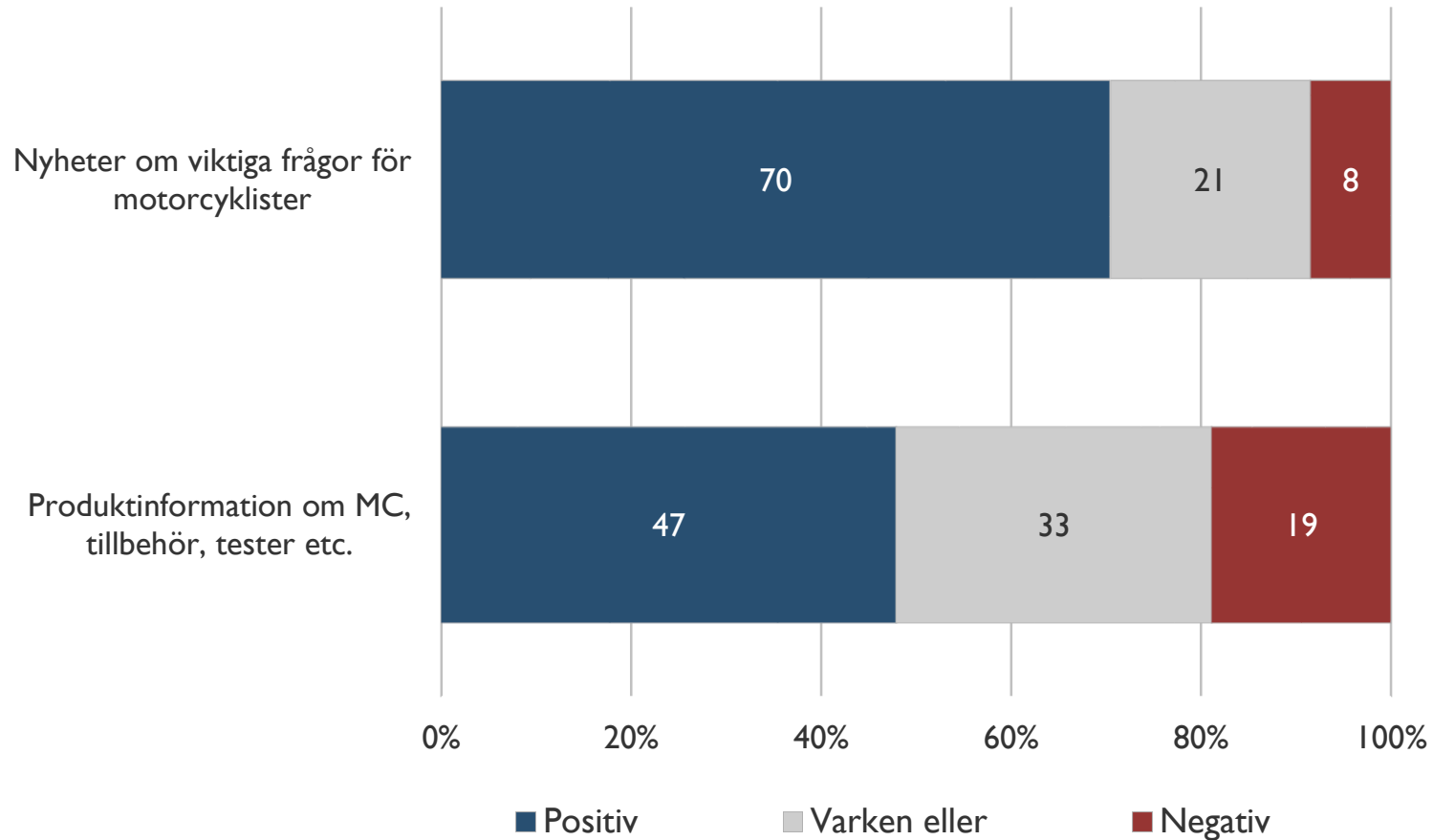


**Fråga:** Svmc.se finns samlad i en app. Använder du den?  
Vilket omdöme ger du appen svmc.se?

Bas: Samtliga 1510 intervjuer

# Intresse för nyhetsbrev

- Överlag stort intresse för nyhetsbrev, framför allt med viktiga frågor för MC-åkare

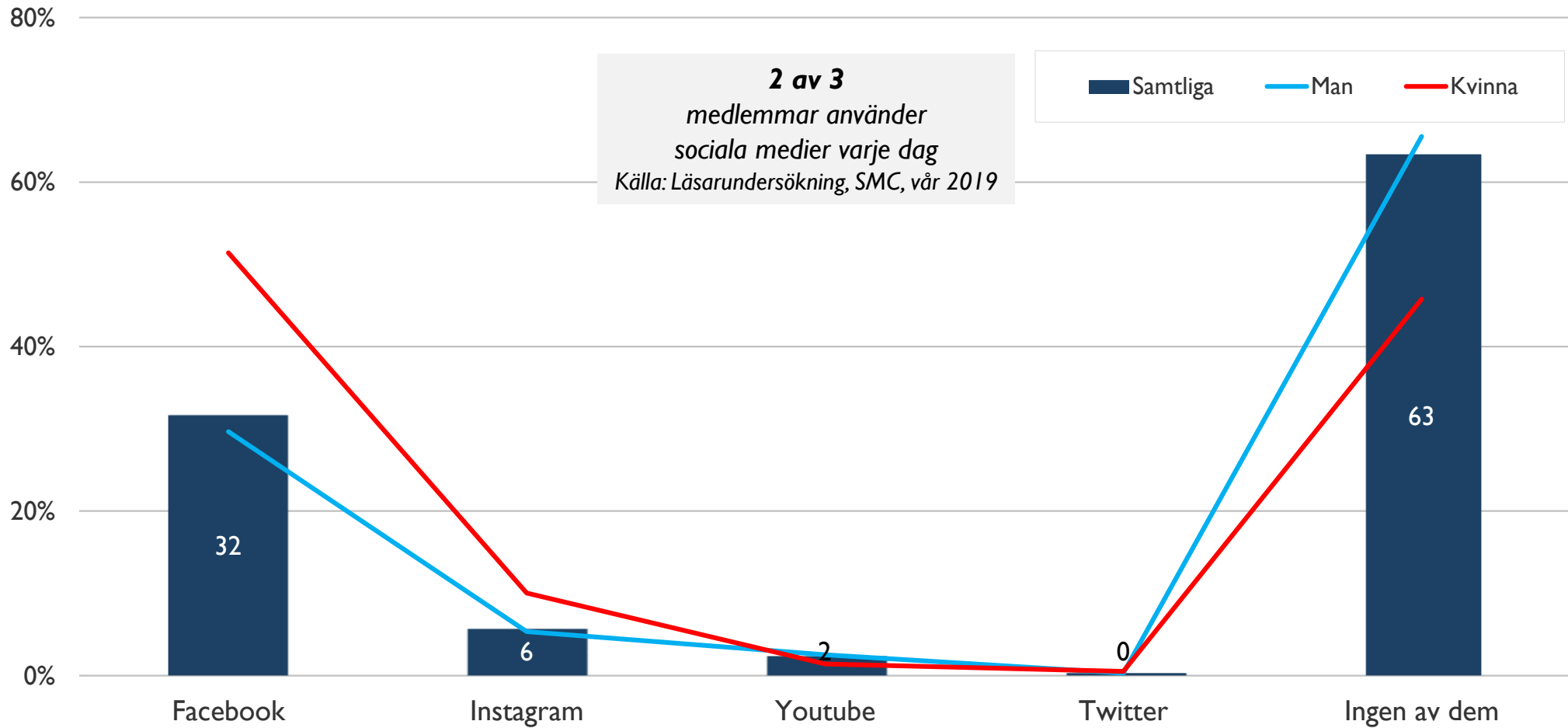


**Fråga:** Hur skulle du ställa dig till att få nyhetsbrev via e-post från SMC med följande typ av innehåll?

# SMC i sociala medier

# SMC i sociala medier

- Var tredje medlem följer SMC i sociala medier, vanligare bland kvinnor



**Fråga:** I vilka av följande sociala medier följer du SMC?

# Slutsatser

## Den typiske medlemmen är en man

- 53 år gammal
- Kör touringhoj
- Kör MC åtminstone någon gång per vecka
- Kör i snitt 560 mil under en säsong
- Spenderar 12 300 kronor per säsong
- Kör MC mest som fritidsnöje, men även som transportmedel
- Drivkrafter för medlemskap, SMC tillvaratar MC-åkares intressen, rabatter, MC-Folket



## Och de kvinnliga medlemmarna skiljer sig åt

- 51 år gammal
- Kör customhoj
- Kör MC åtminstone någon gång per vecka
- Kör i snitt 500 mil under en säsong
- Spenderar knappt 10 000 kronor per säsong
- Kör MC mest som fritidsnöje, men även som transportmedel
- Delvis andra drivkrafter än män; kurser/events och SMC-boken viktigare. Mer socialt MC-liv
- Mer kontakt med SMC – via sociala medier



# Slutsatser

## Fortsatt obalans i medlemsbasen

- 9 av 10 män, snittålder strax över 50

## Medlemmarna fortsatt stark relation till SMC

- Något ökad kännedom
- Fortsatt mycket högt förtroende
- Positiv utveckling i viktiga frågor
- Begränsad kunskap om SMC i vissa avseenden

## MC-relaterad konsumtion

- Ökning för MC-relaterad konsumtion bland kvinnor
- Produktinformation och jämförelser vanligast via svenska sajter
- Köp vanligast via fysiska butiker, men köp via internet – både svenska och internationella sajter ökar. Köpen ökar även via fysiska butiker

- Tendens till att tidningar (MC-Folket och andra) minskar i betydelse för produktinformation och jämförelser

## Män och kvinnor olika relation till SMC

- Kvinnor mer intresserade av SMC-boken, kurser, events, rabatter och MC-resor
- Mer delaktiga i SMC:s lokala verksamhet
- Mycket positiva till SMC

## Kommunikationen med medlemmarna förändras

- MC-Folket viktig och ökar i betydelse
- Kontakterna med SMC minskar
- Avtagande besöksfrekvens på hemsidan
- Stort intresse för nyhetsbrev
- En av tre medlemmar följer SMC i sociala medier, fler bland kvinnor – Facebook störst



# Att diskutera

## Politik och frihet vs rabatt och fika

- Viktiga drivkrafter för medlemskap

## Nischade satsningar

- Viktiga frågor för pendlare, storstadsbor osv.
- Kommunicera!

## Fortsatt digitalisering

- Potential att växa i sociala medier
- Boosta användningen av appen - erbjudanden i samarbete med branschen?

## Kvinnliga medlemmar

- Sträva efter mer jämn könsfördelning
- Den kvinnliga MC-konsumtionen har ökat sedan 2015
- Andra drivkrafter i relation till SMC