

Resultat av hyreskundundersökning 2026

Innehåll

OM UNDERSÖKNINGEN	2
Hög svarsfrekvens – 70,5 procent	2
RESULTAT	2
1. Helhetsomdöme Nöjd-Kund-Index – årets värde 72	2
1.1 Rekommendera Stockholm Parkering	3
2. Nyttjande av parkeringsplatsen	3
2.1 Promenad till målplats i anslutning till parkeringen	3
3. Parkeringsplatsen och parkeringshuset.....	3
3.1 Fasta och abonnerade platser.....	3
3.2 Trygghet	4
3.3 Information om reparationer, arbeten och städning.....	4
3.4 Belysning.....	5
3.5 Felanmälan.....	6
3.6 Helhetsupplevelse skötsel.....	6
4. Kontakt med Stockholm Parkering.....	6
4.1 Är du nöjd eller missnöjd med bemötandet från Stockholm Parkering – Kontakt som gällt klagomål?	7
4.2 Är du nöjd eller missnöjd med bemötandet från Stockholm Parkering – Kontakt som inte gällt klagomål?	7
5. Övriga frågor	8
5.1 Laddinfrastruktur	8
5.2 Fritextsvar	8

Om undersökningen

Stockholm Parkering genomför regelbundet kundundersökningar i syfte att mäta kundnöjdheten och hur den har utvecklats ur olika kvalitetsaspekter.

Stockholm Parkering har sedan 2006, med undantag för 2014, årligen genomfört en enkätundersökning baserad på ett slumpmässigt urval om 600 kunder som hyr parkeringsplats i bolagets garage eller p-hus. I dagsläget förvaltar Stockholm Parkering cirka 19 500 platser i bolagets garage/parkeringshus.

I enkäten får respondenterna svara på frågor rörande bland annat parkeringshuset, kontakt och klagomål och nyttjandet av parkeringsplatsen. I enkäten får respondenten också ta ställning till tre frågor som rör helhetsomdömet, dessa tre frågor ligger till grund för årets Nöjd-Kund-Index (NKI)*.

** NKI är ett nyckeltal i form av ett index för kundnöjdhet, det vill säga hur nöjda kunderna är med det företag de interagerar med. NKI-undersökningar är en typ av marknadsundersökning som genomförs i de flesta branscher. Tjänsteorienterade branscher med hög kundnärhet tenderar ofta att ligga högre än infrastrukturtunga, mer "funktionella" tjänster där kunden istället lägger märke till tjänsten först när något inte fungerar. Generellt kan sägas att resultat över 70 bör ses som väl godkänt, särskilt för bolag som tillhör den andra kategorin av infrastrukturtunga "funktionella" tjänster.*

Hög svarsfrekvens – 70,5 procent

Enkät med tillhörande följebrev skickades ut till respondenterna i början av maj. Via följebrevet fanns det möjlighet för respondenterna att följa en länk till en webbversion av enkäten. En postal enkät skickades även ut i samband med en påminnelse, en e-post-påminnelse och en SMS-påminnelse följde under maj och juni månad. I juni genomfördes även telefonpåminnelser till de respondenter som inte besvarat enkäten. Respondenterna fick under telefonsamtalen möjlighet att besvara NKI frågorna, samt två bakgrundsfrågor. Alla som besvarade enkäten erhöll varsin trisslott som tack.

70,5 procent av de som fick enkäten har besvarat den och det ska ses som en hög svarsfrekvens och ligger i linje med föregående år då 70 procent av respondenterna besvarade enkäten.

Resultat

Presentation av valda delar av hyreskundundersökningen, för resultatet i sin helhet se **BILAGA 1: Hyreskundundersökning 2026**.

1. Helhetsomdöme Nöjd-Kund-Index – årets värde 72

Årets nöjd kund-index landar på 72. Det ska ses som ett gott resultat och sedan 2018 har NKI-resultaten pendlat mellan 71 och 74. Årets NKI-värde för Stockholm Parkering blev 72, vilket är samma nivå som förra årets värde (72) och något lägre än prognosen (73).

Kunder som är 66 år eller äldre ger 2026 ett NKI på 79, vilket är den högsta nivån av samtliga åldersgrupper. Resultatet är dock 1 enhet lägre än 2025 (80), men ligger fortsatt på en mycket hög nivå.

Resultaten visar att skillnaderna i NKI mellan kvinnor och män är små, men att kvinnor i årets mätning är något mer nöjda än män. Skillnaden mellan kvinnor och män uppgår i årets mätning till 3 NKI-enheter (74 jämfört med 71).

NKI bygger på tre olika standardfrågor* vars indextal ger goda möjligheter till jämförelser med andra företag eller branscher. Ju högre indextal, desto bättre betyg.

** De tre standardfrågorna är: Hur nöjd är du som helhet med Stockholm Parkering som parkeringsvärd? Hur väl uppfyller Stockholm Parkering de förväntningar du har på dem? Tänk dig nu en parkeringsvärd som är perfekt i alla avseenden. Hur nära ett sådant ideal tycker du att Stockholm Parkering kommer?*

1.1 Rekommendera Stockholm Parkering

Skulle du kunna rekommendera Stockholm Parkering till någon vän eller bekant som är i behov av en parkeringsplats?

Nästan 9 av 10 kunder (85 procent) uppger 2026 att de skulle rekommendera Stockholm Parkering till en vän eller bekant som behöver en parkeringsplats. Det är en ökning med 3 procentenheter jämfört med 2025 (82 procent) och i nivå med 2024.

2. Nyttjande av parkeringsplatsen

2.1 Promenad till målplats i anslutning till parkeringen

Nästan 7 av 10 (69 procent) uppger 2026 att de har högst fem minuters promenad till sitt mål. Det är i nivå med tidigare år.

Drygt 2 av 10 (24 procent) har en promenad på 5–15 minuter, vilket är något lägre än 2025 (27 procent).

Färre än 1 av 10 (7 procent) behöver gå mer än 15 minuter, vilket innebär att långa gångavstånd är ovanliga bland kunderna.

Nedan i jämförelse med 2025:

- Mindre än 2 minuters promenad: 34 procent, minskning från 35 procent.
- 2-5 minuters promenad: 35 procent, ökning från 33 procent.
- 5-15 minuters promenad: 24 procent, minskning från 27 procent.
- Mer än 15 minuters promenad: 7 procent, ökning från 6 procent.

3. Parkeringsplatsen och parkeringshuset

När respondenterna svarar på frågor om parkeringsplatsen och parkeringshuset anges svaret på en tiogradig skala. Toppbetyget 8-10 poäng ger värdet ”hög”, 7-5 poäng värdet ”medel” och 1-4 poäng ”låg”. Stockholm Parkering har fått bra betyg i samtliga delar.

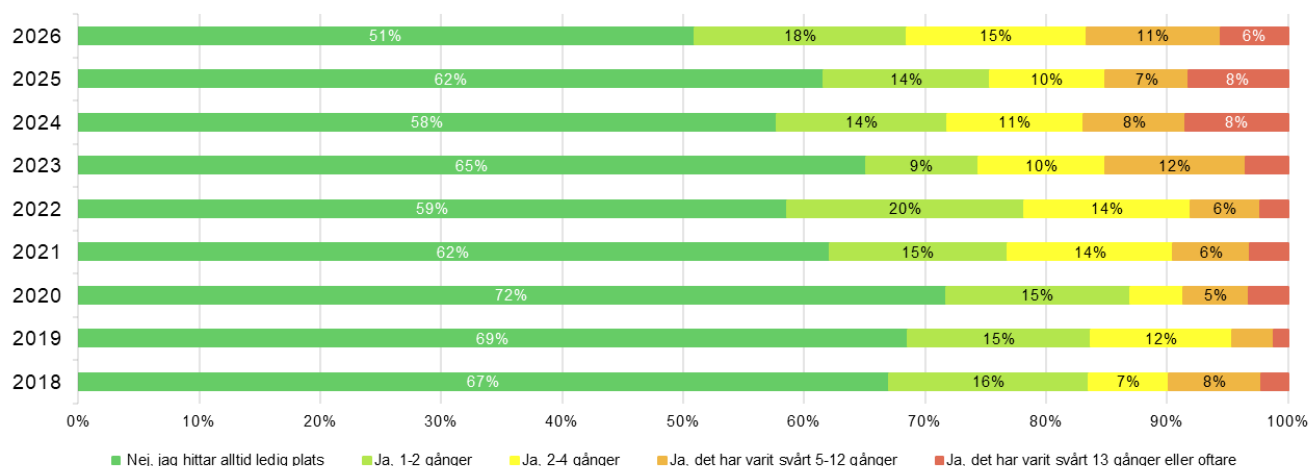
3.1 Fasta och abonnerade platser

3 av 4 kunder (75 procent) uppger att de har en fast p-plats, medan 1 av 4 (25 procent) inte har det.

8 av 10 kunder (84 procent) uppger 2026 att deras parkeringsplats inte varit upptagen någon gång under det senaste året. Det är dock en minskning jämfört med 2024 och 2022, då drygt 9 av 10 (91 procent) svarade detsamma.

Bland kunder som inte har en fast plats utan abonnemang på en ledig plats uppger en majoritet att de sällan har problem att hitta parkering. Samtidigt syns en försämring jämfört med tidigare år.

Om du inte har fast plats utan abonnerar på en plats, har det någon gång under de senaste 12 månaderna varit **svårt** att finna en ledig parkeringsplats i P-huset/garaget där du abonnerar en plats?

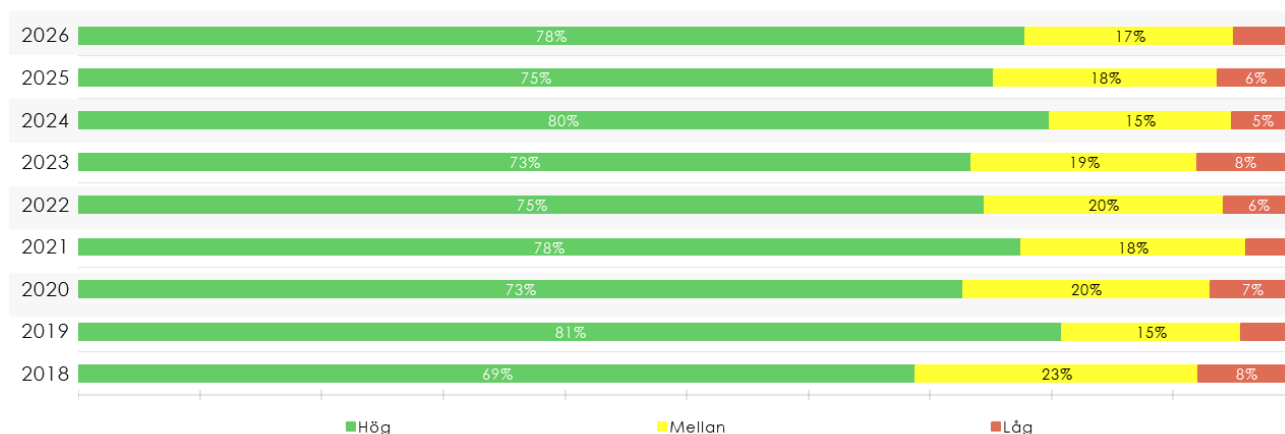


3.2 Trygghet

Nästan 8 av 10 kunder (78 procent) uppger 2026 att de känner sig mycket trygga när de använder sin parkeringsplats. Det är en ökning från 75 procent 2025 och ligger på samma nivå som 2021.

Den äldsta åldersgruppen upplever högst trygghet. Drygt 8 av 10 kunder som är 66 år eller äldre (83 procent) uppger att de känner sig trygga, jämfört med cirka 3 av 4 kunder i de yngre åldersgrupperna (76–77 procent).

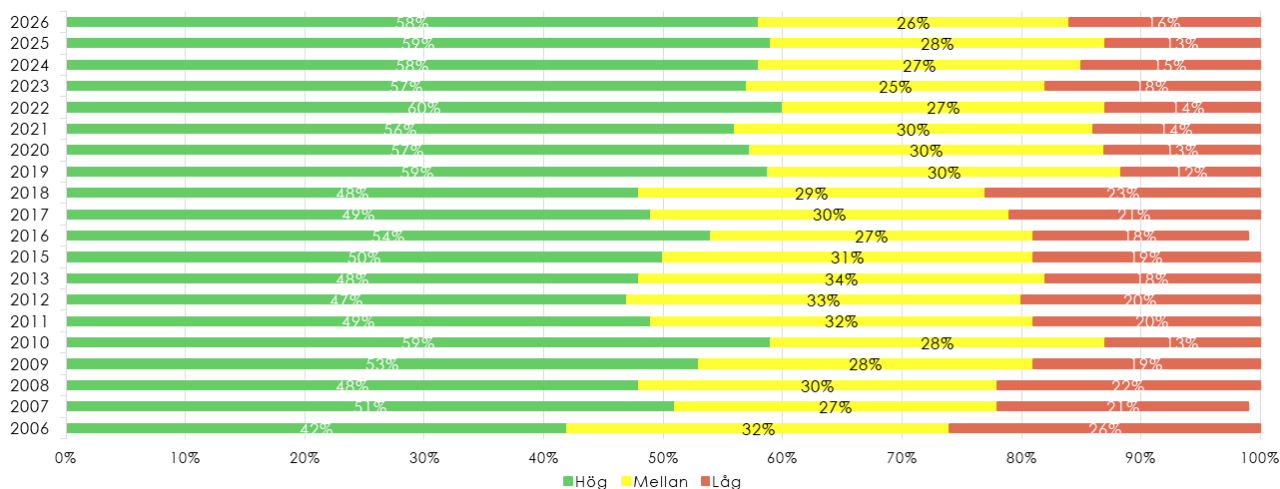
Jag känner mig trygg när jag använder min parkeringsplats:



3.3 Information om reparationer, arbeten och städning

Andelen som känner sig nöjda med information om planerade arbeten/reparationer/städning i p-huset eller garaget är 6 av 10, vilket är ett resultat som har legat stabilt sedan 2019.

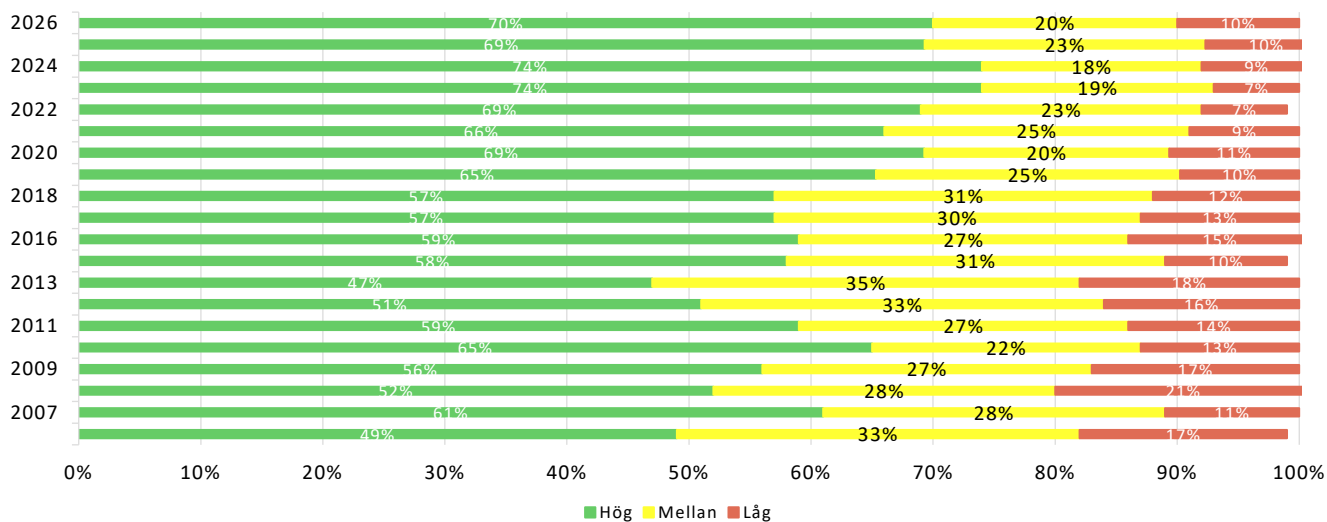
Hur nöjd är du med information om planerade arbeten, reparationer eller städning i p-huset/garaget du använder?



3.4 Belysning

7 av 10 kunder (70 procent) ger 2026 ett högt betyg för belysningen i det parkeringshus eller garage de använder. Det är en ökning jämfört med 2025 (68 procent) och ligger endast något under toppnoteringen från 2024 (74 procent).

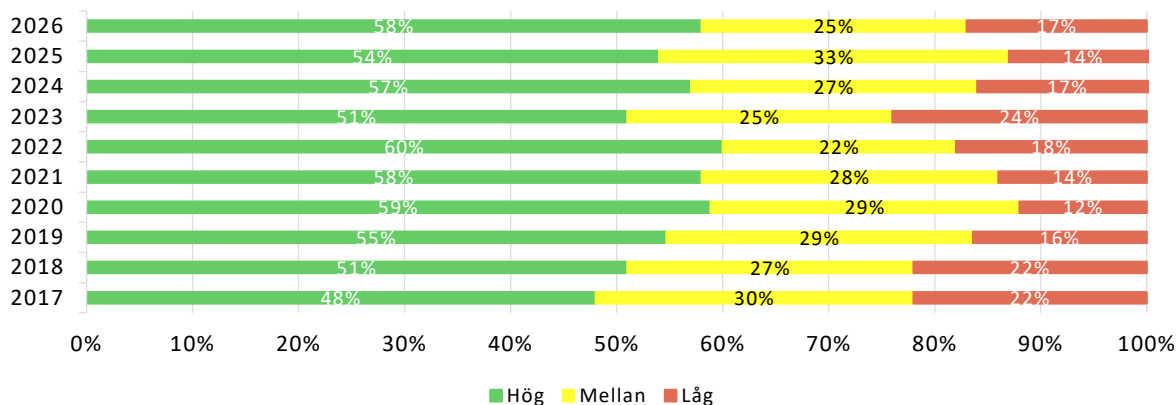
Hur nöjd är du med belysningen i P-huset/garaget du använder?



3.5 Felanmälan

Nästan 6 av 10 kunder (58 procent) ger 2026 ett högt betyg för hanteringen av felanmälningar. Det är en förbättring jämfört med 2025 (54 procent) och den högsta nivån sedan 2022.

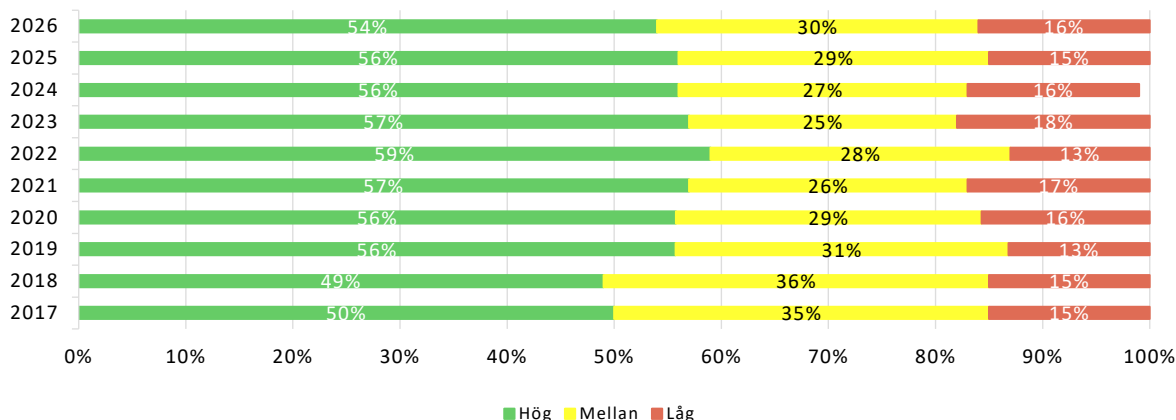
Hur nöjd är du med hur din felanmälan hanteras?



3.6 Helhetsupplevelse skötsel

Drygt hälften av kunderna (54 procent) ger 2026 ett högt betyg för den övergripande skötseln. Det är något lägre än 2025 (56 procent) och den lägsta andelen sedan 2018.

Hur nöjd är du med skötseln i p-huset/garaget på det hela taget?



4. Kontakt med Stockholm Parkering

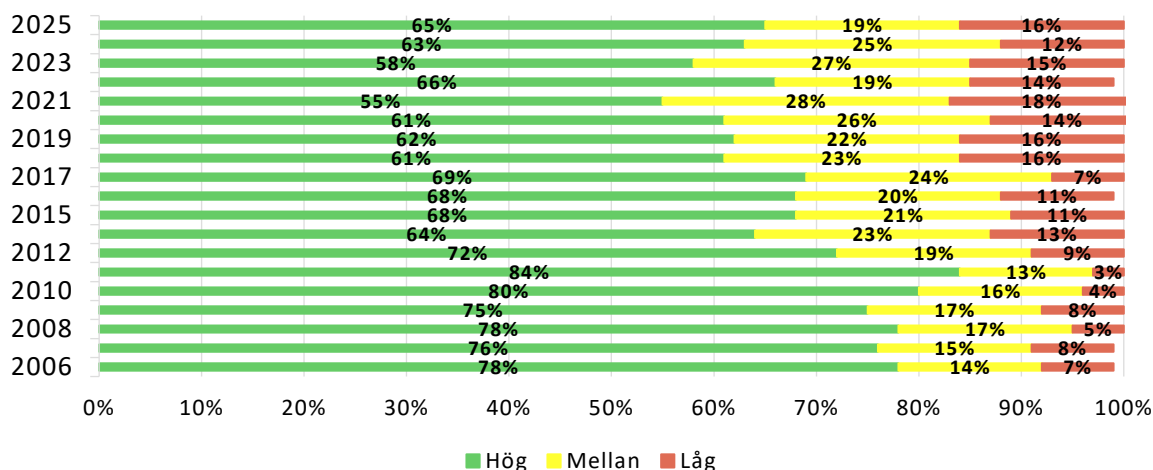
Nästan 6 av 10 kunder (57 procent) **föredrar att ta kontakt** via telefon, vilket gör det till den klart mest efterfrågade kontaktvägen. Samtidigt uppger nästan hälften av kunderna (48 procent) att de föredrar kontakt via e-post.

4 av 10 kunder (40 procent) uppger att de **har varit i kontakt** med Stockholm Parkering via telefon, vilket gör telefonen till den mest använda kontaktkanalen.

Totalt har 7 av 10 kunder (70 procent) använt Mina sidor minst en gång under de senaste 12 månaderna. Drygt hälften av användarna (55 procent) ger 2026 ett högt betyg för Mina sidor. Det är i nivå med 2025 (56 procent) och något högre än 2024 (53 procent).

4.1 Är du nöjd eller missnöjd med bemötandet från Stockholm Parkering – Kontakt som gällt klagomål?

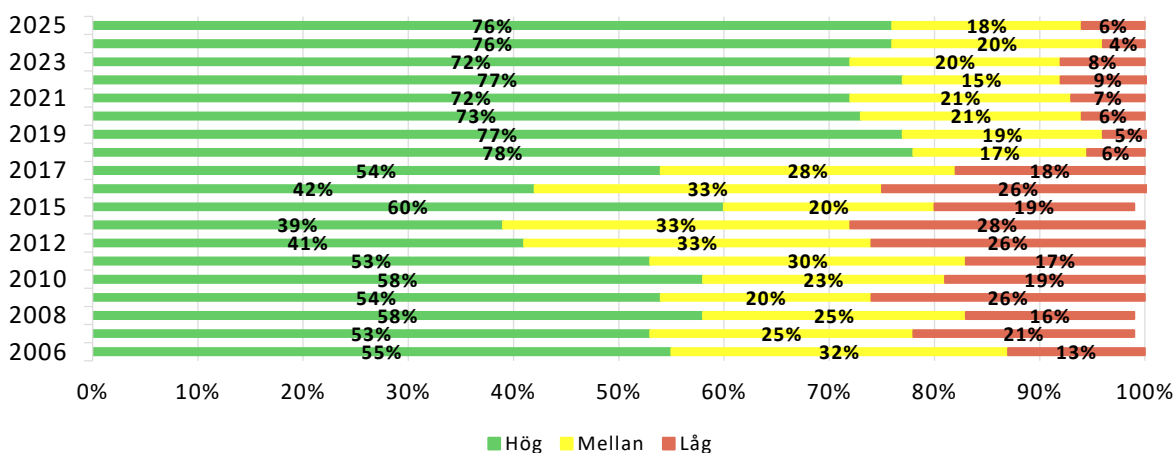
Nästan 2 av 3 kunder (64 procent) ger 2026 ett högt betyg för bemötandet vid klagomål. Det är i nivå med de senaste åren, men något lägre än 2025 (65 procent). Sett över tid har andelen som ger ett högt betyg minskat från nivåer på omkring 8 av 10 kunder under perioden 2006–2011 till omkring 6 av 10



kunder under de senaste åren.

4.2 Är du nöjd eller missnöjd med bemötandet från Stockholm Parkering – Kontakt som inte gällt klagomål?

Nästan 8 av 10 kunder (77 procent) ger 2026 ett högt betyg för bemötandet. Det är i nivå med de senaste åren och visar på en fortsatt stark kundupplevelse.



5. Övriga frågor

5.1 Laddinfrastruktur

Bland de som inte redan har en laddplats skulle en majoritet köpa en elbil eller laddhybrid nästa gång de köper en bil om de var säkra på att de hade tillgång till laddningsmöjlighet på deras parkeringsplats.

Nästan 1 av 4 kunder (24 procent) uppger att de redan har en laddplats. 1 av 4 kunder (25 procent) uppger att de kommer att behöva en laddplats inom de närmaste tre åren, varav 12 procent inom ett år och 13 procent inom tre år.

5.2 Fritextsvar

I slutet av enkäten fick respondenterna möjlighet att lämna ett fritextsvar i syfte att fånga in kommentarer som de svarande inte fått uttryck för tidigare i enkäten. Fritextsvaren är kategoriserade i 10 olika kategorier som presenteras i diagrammet nedan.

Nästan 1 av 4 synpunkter (24 procent) handlar om avgifter, hyror och prisnivåer, vilket gör detta till det vanligaste förbättringsområdet utöver den övriga kategorin.

18 procent av synpunkterna rör städning och underhåll, medan 12 procent handlar om laddmöjligheter. Detta kan indikera att både den fysiska miljön och utbyggnaden av laddinfrastruktur är viktiga frågor för kunderna.

Alla synpunkter tas om hand och berörda avdelningschefer ansvarar för synpunkter och åtgärdsförslag inom sina respektive områden.

