



Hur får vi fler miljöbilar?

– med fokus på nybilsköpare som inte
valt en miljöbil

Maj 2014

stockholm.se

Hur får vi fler miljöbilar?

Maj 2014

Publikationsnummer:

Dnr: 2014-7053

ISBN:

Utgivningsdatum: 2014.06.17

Utgivare: Miljöförvaltningen

Kontaktperson: Eva Sunnerstedt

Konsult: WSP Analys och Strategi

Distributör:

Omslagsfoto: Lennart Johansson

Sammanfattning

Stockholms stad har som mål att andelen miljöbilar ska öka vid nybilsförsäljningen i Stockholms län. Nybilsförsäljningen av miljöbilar går inte i den takt som staden önskar. Under 2013 såldes 82 904 bilar i Stockholm län. Av dessa var 10 665 miljöbilar, 13 procent av försäljningen. Detta projekt har fokuserat på nybilsköpare som valt att köpa en icke miljöbil. Syftet med projektet har varit att ta reda på vad det är som gör att nybilsköparna inte väljer miljöbilar och vad som skulle behöva göras för att få dem att köpa en miljöbil.

Resultatet visar att ekonomiska incitament förefaller vara mest effektivt för att påskynda utvecklingen och nybilsförsäljningen av miljöbilar. Miljöbilsbegreppet upplevs som otydligt bland nybilsköparna av icke miljöbilar och det finns en önskan att miljöbilsarbetet bland politiker och myndigheter har större fokus på långsiktighet istället för på kortsiktiga incitament.

Innehåll

Sammanfattning	3
Bakgrund	5
Läsangivelse	5
Projektets upplägg	5
Genomförande	5
Projektets arbetsprocess	5
Nulägesinventering	6
Intervjustudien	6
Enkätstudien	7
Resultat	8
Resultat privatbilister som nyligen köpt en icke-miljöbil	8
Resultat förmånsbilister	11
Resultat företag	11
Slutsatser och rekommendationer	11
Långsiktighet och tydlighet i arbetet gynnar miljövänliga beslut	11
Miljöbil som begrepp är okänt	12
Behövs nya budskap om den långsiktigt klimatanpassade bilen?	Error!
Bookmark not defined.	
Bilagor	12

Bakgrund

Stockholms stad har som mål att andelen miljöbilar ska öka vid nybilsförsäljningen i Stockholms län. Idag uppnås inte de satta målen och försäljningen av miljöbilar går inte i den takt som skulle behövas för att målen ska nås till år 2015. Det finns därför ett behov av fördjupad kunskap om varför nybilsköpare väljer bort miljöbilar och vad som krävs för att miljöbilsandelen ska öka. Projektets syfte har varit att få ett bättre underlag till det fortsatta arbetet med att öka antalet miljöbilar i Stockholm.

Läsanvisning

Rapporten ska läsas som en sammanfattning där projektet bakgrund, metodik och resultat och slutsatser beskrivs. Rapporten grundar sig på nulägesinventering och resultat från de studier som ingått i projektet. Dessa återfinns i sin helhet i bilagorna.

- Kvantitativ undersökning med privatpersoner som köpt en ny bil men inte valt en miljöbil.
- Intervjustudie med privatpersoner och förmånsbilister som köpt en ny bil men inte valt en miljöbil, samt intervjuer med några leasingbolag.

Projektets upplägg

Detta projekts fokus är på nybilsköpare som valt att köpa en icke miljöbil.

Val av målgrupper för studien bottnar i statistik över nyförsäljningen. Nybilsförsäljningen fördelar sig mellan privatbilister (50 procent), förmånsbilister (30 procent) och företagsbilister (20 procent).

Genomförande

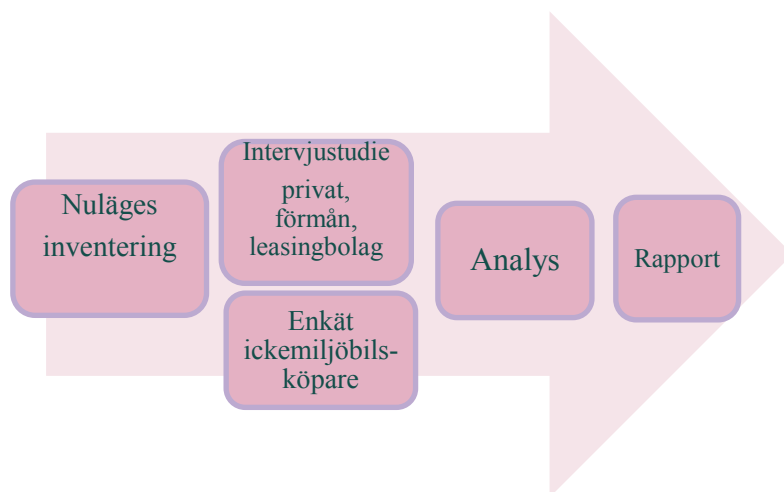
Projektets arbetsprocess

Projektets arbetsprocess har utgått från fyra faser:

1. Förstå nuläget
2. Uppdaterad kunskap om målgrupperna
3. Analys

4. Resultat och rekommendationer

Enkät och intervjustudier har genomförts av WSP Analys och Strategi som även ansvarar innehållet i denna rapport. Avstämningar i projektet har genomförts i form av gemensamma möten mellan miljöbilsgruppen på miljöförvaltningen och arbetsgruppen på WSP. Under uppdraget har fyra gemensamma möten genomförts där olika frågor diskuterats och analyserats.



Nulägesinventering

Det inledande steget i projektet handlade om att tillvara befintlig kunskap och diskussion om nuläget. Ett första möte genomfördes där viktiga faktorer för uppdraget identifierades. En litteraturgenomgång gjordes för att sammanfatta rapporter och studier som Miljöförvaltningen och WSP genomfört under de senaste åren. Undersökning som gjorts på policyansvariga på företag har också studerats i uppdraget. Den inledande analysen resulterade i ett arbetsmaterial som utgjorde underlag för arbetet med att ta fram fördjupad kunskap om målgrupperna i kommande steg.

Intervjustudien

För att få en uppfattning om frågor som är av betydelse för de olika målgrupperna så genomfördes en intervjuundersökning med privatpersoner (Tolv intervjuer), förmånsbilister (fem intervjuer) och leasingbolag (två intervjuer). Syftet med intervjustudien var att få kunskap om hur bilköpare av icke miljöbilar resonerar kring sitt köp och vad som är viktigt vid köp av bil. Denna kunskap låg till grund för utformandet av den enkät som följde. Syftet var även att få förnyad kunskap om förmånsbilisterna och företagens preferenser vad gäller val av bil. Frågeställningar för intervjuer var: Vad har

betydelse vid bilköp? Vad hade kunnat få dig att köpa en miljöbil? Skulle styrmedel haft någon betydelse för ditt val av köp? Har det skett en förändring i hur man resonerar nu jämfört vid tidigare köp?

Analys av studierna genomfördes i diskussionsform tillsammans med Miljöförvaltningen och arbetsgruppen på WSP. Ett antal hypoteser togs fram för att testas i den kommande enkätundersökningen:

- Köparen är osäker på vilka bilar som är miljöbilar
- Det är otydligt vilka miljöbilar/drivmedel som samhället avser satsa på
- Köparen har möjlighet att påverka miljön genom de val som görs vid inköp av varor och tjänster
- Köparen tycker det verkar krångligt att äga en miljöbil
- Miljöbilar är för dyra i inköp
- Nya icke miljöbilar är tillräckligt miljövänliga
- Man känner sig osäker på vilka styrmedel som gäller till förmån för miljöbilar
- Det finns för få tankställen för biogas och för få laddstolpar till elbil
- Elbilar, gasbilar, smådiesel har olika marknader

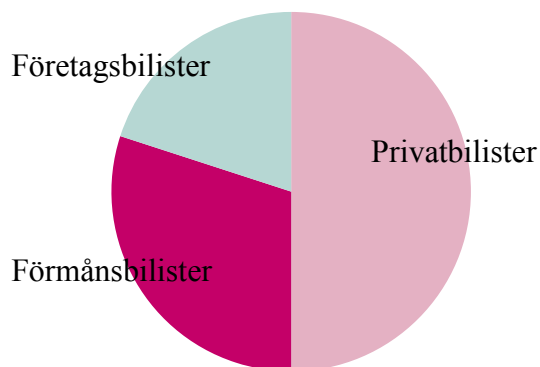
Enkätstudien

Det gjordes ett slumpmässigt urval från fordonsregistret; privatpersoner som är boende i Stockholms län och som köpt en ny bensin- eller dieseldriven personbil som ej miljöbilsklassats mellan juli-december 2013.

Undersökningen genomfördes som en kvantitativ postenkät- studie till bilägarens hemadress. Totalt gjordes 2740 utskick. Antal inkomna svar var 1033, vilket utgjorde en svarsfrekvens på 38 procent. Resultaten har viktats för att kompensera för den överrepresentation som fanns av äldre personer bland de som svarat.

Resultat

Nybilsförsäljningen fördelar sig enligt följande:



Resultat privatbilister som nyligen köpt en icke-miljöbil

Sammanfattning

Det finns en vilja att vara miljövänlig men inte om det innebär att man frivilligt ska ta på sig en ökad kostnad. Intresset för att skaffa en miljöbil ökar ju mer erfarenhet man har av miljöbilar. De som ägt eller disponerat en miljöbil var överlag nöjda med miljöbilen och valet stod i högre grad mellan en miljöbil och bilen man slutligen köpte. Om bara miljöbilar fanns på nybilsmarknaden så hade enbart 2 procent avstått från att köpa en ny bil, dvs intresset för att köpa en ny bil skulle inte minska märkbart. De miljöbilar som i dagsläget skulle vara mest intressanta är:

1. elhybridbil
2. snål dieselbil
3. laddhybridbil
4. snål bensinbil

Det finns en potential att locka över fler att köpa miljöbil: 20 procent övervägde en miljöbil redan i dagsläget och 30 procent tittade även på miljöbilar. Ekonomiska incitament förefaller vara de mest effektiva sätten för att påskynda utvecklingen av miljöbilsmarknaden:

- Störst effekt skulle uppnås om miljöbilar kostade 20 procent mindre än motsvarande ”vanliga” bilar – då skulle potentialen vara uppemot 75 procent - drygt 40 procent uppger att det absolut hade påverkat köpet.
- Det finns även en betydande potential i om man kan erbjuda miljöbilar till ett pris som motsvarar inköpskostnaden för ”vanliga” bilar. Potentialen hade varit nästan 65% - drygt 25 procent uppger att det absolut hade påverkat köpet.
- En fördubbling av bensinpriset och dieselpriiset skulle resultera i ett ökat intresse för miljöbilar med en potential om nästan 75 procent – 30 procent uppger att det absolut hade påverkat köpet.

Det finns dålig kunskap bland konsumenterna om rådande incitament till förmån för miljöbilar. Lättillgänglig information på internet om bilar/miljöbilar och deras påverkan på miljön uppger 40 procent att det hade kunnat påverka deras val av bil. När det gäller energimärkning av nya bilar är motsvarande siffra 30 procent.

Jämte olika incitament/styrmedel så finns det ett stort behov av långsiktighet vad gäller vilka miljöbilar/drivmedel som samhället avser satsa på. I dagsläget upplever konsumenten även att det är otydligt vilka bilar som är klassade som miljöbilar.

Vilka egenskaper är viktiga vid köp av ny bil?

Privatbilisterna i studien har inte köpt en miljöbil enligt Stockholms stads definition av miljöbil (den skärpta miljöbilsdefinition som regeringen införde i vägtrafikskattelagen den 1 januari 2013, SFS 2006:227 och som reglerar fem års befrielse från vägtrafikskatt). De har istället köpt konventionella bilar som går på diesel och bensin. Dessa personer värdesätter faktorer som trafiksäkerhet, komfort, service och garantier, körglädje, inköpspris och drivmedelskostnad högst.

Varför väljer nybilsköpare bort miljöbilar?

Nybilsköparna som inte köper miljöbil upplever inte att miljöbilarna uppfyller deras behov och de faktorer ovan som de värdesätter. De miljöbilar som uppfyllde nybilsköparnas krav är för dyra för att de skulle utgöra ett alternativ till den bil man köpte.

Det finns en förvirring bland konsumenterna om vad som är en miljöbil och vilka bilar eller drivmedel samhället avser att satsa på. En fjärdedel av dem som svarat på enkäten anser att andra bilar är ungefär lika miljövänliga som miljöbilar. En intervjuperson

uttrycker det så här: *"Jag inbillar mig att en ny bil oavsett är mer miljövänlig än en gammal bil..."*

Konsumenter upplever också att den nya bil de köpt faktiskt är en miljöbil, eller i alla fall en bil som är bra för miljön. Om det bara fanns miljöbilar på nybilsmarknaden så svarar personerna att de hade valt en elhybrid (25 %), snål diesel (19 %) eller laddhybrid (17 %). Snål bensinbil kommer på fjärdeplats.

Nybilsköpare som inte köper miljöbil tvivlar på att etanol är ett miljöbra drivmedel. En privatpersons beskriver sin syn på etanol så här: *"Hade jag vetat att miljöbil inte bara var etanol hade jag tagit en miljöbil."*

Vilken kännedom finns om rådande och kommande styrmedel

De allra flesta känner till att det finns en femårig skattebefrielse av fordonsskatt för nya miljöbilar. I övrigt är kännedomen låg om kommande och befintliga styrmedel.

En av fem övervägde att köpa en miljöbil!

Drygt hälften funderade någon gång på att köpa en miljöklassad bil: 20 procent valde mellan en miljöbil och den bilen de slutligen köpte och 31 procent tittade på miljöbilar men valde en "vanlig" bil. De som ägt eller disponerat en miljöbil tidigare är nöjda med sin bil och är mer benägna att skaffa en miljöbil igen om incitament som gynnar miljöbilar införs.

Incitament med störst påverkan för att man ska välja miljöbil

Det incitament som skulle haft störst betydelse för att respondenter skulle valt en miljöbil är framförallt om priset var lägre. En fördubbling av bensin – och dieselpriiset eller en miljöbilspremie om 80 000 kr hade kunnat få ca 3 av 10 att köpa en miljöbil. Dessa faktorer rankas även högt i Stockholmsbussens undersökning.¹

Priset på en miljöbil och motsvarande bensinbil varierar idag mellan 0 kr och ca 200 000 kr beroende på miljöbilstyp. Etanolbilar (E85) har i princip ingen merkostnad, biogas och dieslbilar har mellan 20 och 50 000 kr merkostnad och elbilar har upp till ca 200 000 kr merkostnad.

¹ Swecos årliga enkätundersökning bland 600 Stockholmare över 18 år.

Resultat förmånsbilister

De intervjuade förmånsbilisterna anser att de ekonomiska incitamenten är drivande. Incitament man upplever få positiv effekt på miljöbilar är gratis parkering, skrotningspremie, differentierad trängselskatt. Genom fler tankställen, mer information styr man mot fossilfritt 2030.

Förmånsbilisterna har valt bilar som är funktionella och som kan göra bra reklam för företaget. De fattar beslut utifrån företagets policy och köper större bilar än sitt egentliga behov. De anser att biltillverkare och försäljare borde ta ansvaret för att miljöbilar finns på marknaden. De anser inte att det är kunden som ska ta ansvar för kunskapsspridning.

Resultat företag²

Resultatet visar att de faktorer som påverkar köp av företagsbil är driftskostnad, total kostnad (hela bilens livslängd), inköpspris och företagsspecifika aspekter. De faktorer som bidragit till att företagen inte köpt en miljöbil är att de anser att det finns tekniska risker, en osäker prestanda. De tycker också att det finns politiska risker, och funderar på förändrade förutsättningar kring bränslen och miljöbilar. De ekonomiska riskerna de upplever är att företagen saknar information om driftskostnad och andrahandsvärde. Likt privatbilister och förmånsbilister anser företagsbilister att det är oklart vad som ingår i miljöbilsdefinitionen.

Slutsatser och rekommendationer

Långsiktighet och tydlighet i arbetet gynnar miljövänliga beslut

Det finns ett intresse att skaffa en miljöbil och det intresset ökar ju mer erfarenhet man har av miljöbilar. Man vill göra rätt för sig men upplever att politiker och myndigheter inte är tillräckligt tydliga med vad man anser satsa på och vilka bilar som är miljöbilar. En ökad tydlighet uttrycker flera även borde innefatta att staten och kommunen tar ett större ansvar för att individer har möjlighet att fatta ett miljövänligt beslut.

En slutsats från studien är att de som ägt eller disponerat en miljöbil tidigare i stort sett är nöjda kunder. Detta är en intressant grupp då

² Hanne K Larssens studie "attitydundersökning miljöfordon". 250 telefonintervjuer med bilansvariga på företag, organisationer och övriga verksamheter i Sverige

de i större utsträckning väljer att titta på miljöbilar som ett alternativ till konventionella bilar vid nyköp. Av någon anledning har dessa personer slutligen valt att köpa en "vanlig" bil. Vad är det som gör att de inte köpt ytterligare en miljöbil? Det verkar bero på att de trodde sig köpa en miljöbil, att de var i behov av en större bil och att de är priskänsliga. I denna grupp finns troligen en potential till nya miljöbilsköpare.

Miljöbil som begrepp är okänt

Samtliga målgrupper anser att det finns en osäkerhet om vad som är en miljöbil och vilken riktning samhället kommer att utvecklas kring bränslen och miljöbilar. Det spelar en roll vad människor ser och vilka insatser som syns. Att signalera miljöbilens betydelse i samhället är något som efterfrågas. En person uttrycker det så här: *"jag tycker det är lite konstigt, när vi är så här miljömedvetna, att man inte läser mer om det"*.

En åsikt som förekommer hos samtliga målgrupper är att konventionella bilar är lika miljövänliga som miljöbilar och att en ny bil oavsett är mer miljövänlig än en äldre bil. Detta argument kan bemötas genom att ge exempel på hur stor skillnad individen gör för miljön när hen väljer en miljöbil. En intervjuperson uttrycker det så här: *"om man visste tydligt att en miljöbil släpper ut "så här mycket" mindre - som exemplet med cigaretter: "så här mycket tjära går ner i dina lungor när du röker". Det hela är lite luddigt"*.

Bilagor

1. Kvantitativ undersökning med privatpersoner som köpt en ny bil men inte valt en miljöbil.
2. Intervjustudie med privatpersoner och förmånsbilister som köpt en ny bil men inte valt en miljöbil, samt intervjuer med några leasingbolag.