



**hibo**  
Handelshøgskolen  
i Bodø

**SIB AS - SENTER FOR INNOVASJON OG BEDRIFTSØKONOMI**  
Centre for Innovation and Economics

# KLAR FOR ELBIL?

## Forventninger til bilene

Kristin Haugland Smith  
Gisle Solvoll

**SIB notat 1001/2009**

[www.hibo.no](http://www.hibo.no)





Klar for elbil?  
Forventninger til bilene

av

Kristin Haugland Smith  
Gisle Solvoll

Handelshøgskolen i Bodø  
Senter for Innovasjon og Bedriftsøkonomi (SIB AS)  
khs@hibo.no  
gso@hibo.no

Tlf. +47 75 51 72 00  
Fax. +47 75 51 72 68

SIB notat 1001/2009

Utgivelsesår: 2009  
ISSN 1890-3576



## **FORORD**

Dette notat er skrevet som en del av prosjektet "*Klar for elbil?*". Notatet er basert på intervjuer som tilhører "førundersøkelsen" i prosjektet, og er skrevet av Kristin Haugland Smith ved Handelshøgskolen i Bodø. Gisle Solvoll har vært prosjektleder. Intervjuene ble gjennomført høsten 2009 og transkribert og analysert i november og desember 2009. Det ble også skrevet et upublisert arbeidsnotat på bakgrunn av analysene. Det er dette arbeidsnotatet som ligger til grunn for dette arbeidet.

Tusen takk til ledere og brukere i prosjektet som stilte velvillig opp til intervjuer høsten 2009. Disse bidro med viktige perspektiver med hensyn til sine forventninger og motivasjon for deltagelse i "*Klar for elbil?*", og gav grunnlag for utarbeidelse av dette notat.

Bodø, 7. juli 2010.

## INNHOOLD

FORORD .....	I
SAMMENDRAG.....	III
<b>1. INNLEDNING.....</b>	<b>1</b>
1.1 FORMÅL OG PROBLEMSTILLINGER.....	1
1.2 METODE .....	1
1.3 DELTAGENDE BEDRIFTER .....	2
1.3.1 Bodø Energi.....	2
1.3.2 Umoe iTet.....	3
1.3.3 Iris Salten .....	3
1.3.4 Budget og Avis Bilutleie .....	4
1.3.5 Bodø kommune .....	4
1.3.6 Nordland fylkeskommune .....	4
1.4 DELTAGERNES MOTIVASJON FOR DELTAKELSE I PROSJEKTET .....	5
<b>2. FORVENTNINGER .....</b>	<b>6</b>
2.1 MYTER .....	6
2.1.1 Myter om utseende .....	6
2.1.2 Myter om funksjonalitet.....	7
2.1.3 Stor interesse til tross for myter .....	9
2.1.4 Avlive myter.....	9
2.1.5 Ønsker mer kunnskap.....	10
2.1.6 Oppsummering .....	11
2.2 FUNKSJONALITET .....	11
2.2.1 Anvendelse .....	11
2.2.2 Sikkerhet.....	14
2.2.3 Lading .....	15
2.2.4 Komfort .....	16
2.2.5 Oppsummering .....	17
2.3 OMDØMME.....	17
2.3.1 Vise engasjement.....	18
2.3.2 Profilere prosjekt .....	18
2.3.3 Profilere bil.....	19
2.3.4 Oppsummering .....	20
<b>3. MOTIVASJON.....</b>	<b>21</b>
3.1 ØKONOMISK MOTIVASJON FOR ELBIL .....	21
3.1.1 Myndigheters avgiftspolitik .....	21
3.1.2 Dyre biler .....	22
3.1.3 Kostnader .....	23
3.1.4 Lønnsom erfaring.....	24
3.1.5 Personlige konsekvenser .....	25
3.1.6 Mer kunnskap.....	25
3.1.7 Oppsummering .....	26
3.2 MILJØ.....	26
3.2.1 Miljø som strategi .....	26
3.2.2 Myndighetenes virkemidler .....	27
3.2.3 Miljømessige handlinger.....	28
3.2.4 Holdningsendringer .....	28
3.2.5 Oppsummering .....	29
3.3 TREND.....	29
3.3.1 Være i forkant.....	29
3.3.2 Oppsummering .....	30
<b>REFERANSER .....</b>	<b>31</b>

## SAMMENDRAG

Dette notatet er skrevet som en del av prosjektet "Klar for elbil?". "Klar for elbil?" er et forsknings- og utviklingsprosjekt hvor både økonomiske og adferdsmessige forhold knyttet til bruk av elektriske kjøretøy (elbiler) er tema. Prosjektet gjennomføres av Handelshøgskolen i Bodø (HHB) i samarbeid med Høgskolen i Narvik, Moving City AS (MC) og 6 bedrifter/etater i Bodø som leaser elbiler hos MC. Problemstillingen i dette notatet er:

- Å redegjøre for den motivasjonen og de forventninger ledere og brukere hadde til elbilene før de ble tatt i bruk, og hva ble ansett som viktige egenskaper ved kjøretøyene?

I problemstillingen står spørsmål knyttet til *økonomi*, *bruksegenskaper* samt *miljø* og *omdømme* sentralt. Deltagerne i prosjektet "Klar for elbil?" gir uttrykk for at deres deltagelse i prosjektet er forankret i forventninger og motivasjon til elbiler. Deltagerne vektlegger at forventninger omhandler myter, elbilens funksjonalitet og bedriftens omdømme, mens motivasjon er forankret i myndigheters avgiftspolitik, miljø og sosiale forhold.

### **Funksjonalitet**

Deltagerne har gitt uttrykk for tvil om elbiler dekker bedriftens transportbehov. De uttrykker at de har blitt positivt overrasket over at bilene ser ut som tradisjonelle biler, men er spent på batterikapasiteten og dets yteevne, spesielt om vinteren og over lengre tids bruk. Deltagerne uttrykker skuffelse over at varmeapparat er dieseldrevet, men er positivt overrasket over at en såpass liten bil har så god plass til både folk og bagasje.

Deltagerne forventer at elbil som transportløsning ikke påvirker utførelse av primæroppgaver, men er forberedt på at bruk av elbil krever noe mer planlegging av turer og bagasjekapasitet. Deltagerne skal tilrettelegge optimal bruk gjennom booking- og laderutiner. Deltagerne er godt kjent med elbilens kapasitet og begrensninger.

Deltagerne legger vekt på at elbiler er minst like sikker som tradisjonelle biler, men mangel på motorstøy kan påvirke sikkerheten til andre trafikkantene. Ledere mener ansattes sikkerhet økes gjennom prosjektet siden elbilene er nye, mens ansattes private biler kan være dårligere kvalitetsmessig. Lading av elbiler krever rutiner både på arbeidsplass, offentlige parkeringsplasser og i private husholdninger. Elbilens økte komfort skyldes blant annet redusert støy i bilene. Det er kun dekkstøy, varmeapparat, vindusviskere og lignende.

### **Miljø, omdømme og økonomi**

Deltagerne i "Klar for elbil?" tror på positivt omdømme gjennom deltagelse og engasjement i prosjektet. Bedriftene skal profilere bilene som et felles prosjekt og profileres derfor med noe ensartet reklame på alle bilene i prosjektet, i tillegg til at den enkelte bedrift har sin spesielle profilering. De fremhever at elbilene profileres siden de ser ut som tradisjonelle biler der kun registreringsbokstavene viser at bilen er elektrisk.

Deltagerne er tilfreds med den gunstige avgiftsreduksjonen som er tilrettelagt for elbiler gjennom gratis parkering, gratis bomring og ferge. Spesielt forbeholdte og gratis parkeringsplasser bidrar til tidsbesparelser for brukere. Deltagerne vektlegger at fordelene som er tilrettelagt, ikke vil vare når det er mange nok elbiler. Elbiler er dyre investeringer, men

deltagerne forventer at pris vil reduseres når etterspørsel øker. Lederne forventer ny og unik kunnskap om bruk av elbil og tror ikke prosjektet medfører store økonomiske tap for bedriften. Elbiler og økt kunnskap om dem, kan føre til økte kostnader på kort sikt, men vil medføre reduserte driftskostnader på lang sikt og vil gi positive virkninger hos ansatte gjennom økt tilfredshet. Bruk av elbil kan bidra til mer bevissthet hos brukerne i forhold til miljø, men kan gi økonomiske konsekvenser i forhold til reduserte kjøregodtgjørelser.

Bedriftenes miljøfokus har vært viktige for deltagelse i prosjektet *"Klar for elbil?"*. Deltagerne vil fremstå som miljøbevisste, også siden det kan gi dem konkurransefortrinn. Avgiftsreduksjon for elbiler er gode insitament for å velge elbil fremfor tradisjonelle biler. Deltagerne ønsker transportløsninger som reduserer CO2 utslipp. Holdningsendringer har bidratt til at ansatte er positive til miljøvennlige løsninger.

Bedriftene i prosjektet *"Klar for elbil?"* er tilfreds med sin deltagelse i prosjektet. De argumenterer for at de ønsker å være foregangsbedrifter for nye løsninger, både teknologisk og metodisk.



## 1. INNLEDNING

Dette notatet er skrevet som en del av prosjektet "Klar for elbil?". "Klar for elbil?" er et praksisnært forsknings- og utviklingsprosjekt hvor både økonomiske og adferdsmessige forhold knyttet til bruk av elektriske kjøretøy (elbiler) er tema. Prosjektet gjennomføres av Handelshøgskolen i Bodø (HHB) i samarbeid med Høgskolen i Narvik, Moving City AS (MC) og 6 bedrifter/etater i Bodø som leaser elbiler hos MC. Prosjektets formål er å avdekke hvordan en kan tilrettelegge for økt bruk av elbiler i næringslivet. Samtidig skal prosjektet bidra til å øke kunnskapsnivået og kompetansen knyttet til praktisk bruk av elbiler, både hos deltakende bedrifter, i forskningsmiljøet og blant befolkningen generelt. Prosjektet skal bidra til å redusere terskelen for å ta i bruk elbiler og avlive myter om elektriske kjøretøy. Prosjektet startet august 2009 og skal pågå fram til høsten 2011.

Høsten 2009 ble det gjennomført intervjuer av ledere i deltagende bedrifter, samt intervjuer av brukere i de samme bedriftene i en "førundersøkelse" der formålet var å få kunnskap om deres forventninger til bruk av elbil samt motivasjon for bruk av elbil. Førundersøkelsen ble gjennomført i tiden før eller på det tidspunktet bedriftene fikk eller tok elbiler i bruk. Intervjuene er definert som "førundersøkelse" i prosjektet "Klar for elbil". Totalt deltok 19 personer, 8 ledere og 11 brukere. Med bakgrunn i bidrag fra deltakerne er dette dokument utarbeidet.

### 1.1 FORMÅL OG PROBLEMSTILLINGER

Dette notat er skrevet på grunnlag av førundersøkelsen i "Klar for elbil?". Prosjektet "Klar for elbil?" har blant annet som formål å undersøke, dokumentere og publisere resultater i forhold til atferdsendringer blant brukerne i deltakerbedriftene. Det legges spesielt vekt på atferdsendringer som følge av elbilbruk, i tillegg vektlegger vi bedrifters bruk av elbil i egen bedrift. I prosjektet skal brukernes tilfredshet med elbilen dokumenteres og sammenholdes med forventninger brukerne hadde på forhånd. Gjennom "Klar for elbil?" skal vi således bidra til å bygge kunnskap knyttet til elbilens muligheter og begrensninger.

Med utgangspunkt i det ovenstående er problemstillingen i dette notatet:

- Å redegjøre for den motivasjonen og de forventninger ledere og brukere hadde til elbilene før de ble tatt i bruk, og hva ble ansett som viktige egenskaper ved kjøretøyene?

I problemstillingen vil spørsmål knyttet til *økonomi*, *bruksegenskaper* samt *miljø og om-dømme* stå sentralt.

### 1.2 METODE

Førundersøkelsen i "Klar for elbil?" bygger på kvalitativ forskning siden det er kunnskap knyttet til den enkelte aktørs forventninger og motivasjon vi har fokusert på. Førundersøkelsen bygger på semistrukturerte intervjuer der ledere og brukere i deltagende bedrifter har deltatt. Vi har gjennomført intervjuer med den enkelte leder, samt gruppeintervjuer med brukerne. Lederne er av deltagerbedriftene definert basert på tilknytning til prosjektet. Ledere er administrerende direktører i selskapene, eller de som har hatt beslutningsmyndigheten om

deltagelse i prosjektet og ytterligere andre er beslutningstakere i egen etat. Brukerne er definert av deltagende bedrifter som de som bruker elbil jevnlig for å utføre bedriftens arbeidsoppgaver. Disse har også ansvar for praktiske forhold som koordinering, service etc.

De semistrukturerte intervjuene var uformelle slik at informantene kunne uttrykke og utdype sine meninger (Halvorsen, 1993). Intervju av ledere ble gjennomført som personlige intervju, mens intervju av brukerne ble organisert som gruppediskusjoner innen hver deltagerbedrift der formålet var brukernes kollektive meninger. Gruppene besto av 2-5 deltagere. Deltagerne representerer 4 (5) bedrifter og 2 etater og benevnes bedrifter i notatet. Flere av bedriftene representerer konsern med morselskap og datterselskap, men defineres i denne sammenheng som en deltagerbedrift. Alle intervju ble tatt opp på lydbånd og senere transkribert og kodet ved hjelp av Nvivo. Nvivo har bidratt til å systematisere det empiriske materialet (Bazeley, 2007).

Vår kvalitative tilnærming til empirien har vært gunstig siden kvalitativ forskning har særlig relevans for sosiale relasjoner og individuelle perspektiver (Flick, 2005). I prosjektet har vi hatt fokus på nærhet til den enkelte leder eller brukernes forventninger i forhold til elbil i stedet for fokus på generaliserbarhet som bygger på nøytralitet og distanse til empirien. Bruk av kvalitativ metode har gitt oss mulighet til nærhet og samspill med empirisk virkelighet siden "*Klar for elbil?*" er et empirinært prosjekt (Eisenhardt, 1989).

### **1.3 DELTAGENDE BEDRIFTER**

De bedrifter som deltar i forskningsprosjekter er Bodø Energi, Umoe iTet, Iris Salten, Budget og Avis Bilutleie, Bodø Kommune og Nordland fylkeskommune. I det følgende gis det en kort presentasjon av deltagere. Informasjonen er blant annet innhentet gjennom selskapenes internettsider og intervjuer.

#### **1.3.1 Bodø Energi**

Bodø Energi er et konsern som har sin forretningsvirksomhet innen energi, fjernvarme og fiber (Bodø Energi, 2008). 5 datterselskaper er skilt ut basert på ulike forretningsområder. BE Produksjon har sin forretningsvirksomhet innen kraftproduksjon og fjernvarmeverk, BE Nett ivaretar nettforvaltningen og er et naturlig monopol, BE Energimontasje er totalleverandør av tjenester for infrastruktur innen elkraft, telecom, innhenting av måledata og belysning, BE Kraftsalg har sin forretningsvirksomhet innen kjøp, forvaltning og salg av ulike kraftkontrakter i etablerte kraftmarkeder og selger kraft til sluttbrukere, og BE Varme har sin forretningsvirksomhet innen fjernvarmeverkene.

Bodø Energi er heleid av Bodø kommune og har sin hovedvirksomhet og marked i kommunene Bodø, Beiarn og Gildeskål. Konsernet hadde per 31.12 2008 101 fast ansatte, hvorav 17 kvinner, primært i kontor og rengjøringsstillinger. Ingen kvinner i ledende posisjoner, men konsernets styre består av 8 medlemmer hvorav 3 er kvinner. Styrets eksterne medlemmer er tilknyttet selskapet fortrinnsvis gjennom politiske posisjoner.

Bodø Energi har vært en av initiativtakerne til MC. De er i dag medeier i selskapet og administrerende direktør i Bodø Energi er styreleder i MC.

Bodø Energi er deltager i prosjektet med 5 biler fordelt på 4 biler i datterselskap samt en bil i morselskap. Bodø Energi anser sin deltagelse i prosjektet som et 5-årig prøveprosjekt. Bodø Energi fikk sine 4 første biler ved MCs første overlevering 5. november 2009, mens den siste bilen ble overlevert tidlig i februar 2010. Bilene skal i første omgang ikke erstatte konvensjonelle biler, men være et tillegg til disse. På sikt er det heller ikke planlagt utfasing av konvensjonelle kjøretøy.

### **1.3.2 Umoe iTet**

Umoe iTet er det største IT-konsern i Nord-Norge og er lokalisert på Mo i Rana, Bodø, Harstad, Tromsø og Alta. Konsernet består av 130 ansatte. Umoe iTet har sin forretningsvirksomhet innen IT, der de er kontaktpunkt for kunders behov for alle IT-relaterte løsninger. Umoe iTet leverer IT-løsninger til blant annet BioMar, Bodø Energi, Bodø Kommune, FESIL Rana Metall, Gunnvald Johansen, Harstad Kommune, LKAB, Luftfartstilsynet, Nordlands-sykehuset, Norsk Helsenett, Sparebank1 Nord-Norge, Universitetssykehuset i Nord-Norge og Widerøe.

Umoe iTet har vært en viktig initiativtaker til MC. De er i dag medeier i selskapet gjennom selskapet Kunnskap Invest. Umoe iTet er deltager i prosjektet med 8 biler fordelt på alle avdelingskontorer. Ledelsen ser ikke bort fra at bilparken utvides til 20 biler. Umoe iTet fikk sine 4 første biler ved MCs første overlevering 5. november 2009. Den siste bilen ble overlevert tidlig i februar 2010. Selskapets 8 elbiler skal erstatte privatbilkjøring. Hittil har selskapet ikke hatt firmabiler, men ansatte har benyttet egne biler.

### **1.3.3 Iris Salten**

Iris Salten har sin kjernevirksomhet i avfallsbehandling i regionen. Selskapet er eid av ni kommuner; Beiarn, Bodø, Fauske, Gildeskål, Hamarøy, Meløy, Saltdal, Steigen og Sørfold.

Selskapet innehar høy kompetanse innen behandling av avfall og etterstreber etter å utvikle nye gode løsninger innen avfallsbehandling. Iris Salten har bygd opp et system for avfallshåndtering og kildesortering som gjør regionen til en foregangsbedrift i Norge hva gjelder gjenvinning av avfall. Iris Salten betjener og løser avfallsproblemer både i husholdninger og bedrifter i Salten.

Iris Retura som har inngått leasingavtale med MC er et datterselskap til Iris Salten og driver med avfallsløsninger for næringslivet. Iris Retura er ikke underlagt monopoldelen av renovasjonen. Det innebærer at Iris Retura tilbyr tjenester som kundene forespør, eller det kunder trenger hjelp til å bli kvitt, eksempelvis tilleggstjenester til private, leie av containere osv. Iris Retura har markedsområder i samme områder som IRIS Salten. Iris Retura kjører egne biler i Bodø, Fauske og Gildeskål og har samarbeid med entreprenører i både i Hamarøy, Steigen, Meløy og Beiarn. Iris Retura har totalt 13 ansatte og disponerer 9 lastebiler.

Iris Retura har leaset 2 elbiler fra MC, der den ene skal erstatte en eldre varebil som kjører mye internt på anlegget. Den andre bilen skal erstatte Iris Returas privatbilkjøring.

Iris Retura har ingen eierinteresseer i MC. Bedriften er deltager i prosjektet med 2 biler. Ledelsen ser ikke bort fra at bilparken utvides dersom det kommer andre egnede elbiler, eksempelvis varebiler og lastebiler. Iris Retura fikk den første bilen 24. oktober 2009 og den andre bilen ved MCs første overlevering 5. november samme år.

### **1.3.4 Budget og Avis Bilutleie**

Budget er en av verdens ledende bilutleiekjeder med mer enn 3 400 utleieavdelinger i 128 land. Budgets totale bilpark består av ca. 265 000 kjøretøy. Budget i Bodø er drevet som et franchiseforetak.

Avis er markedsleder i Europa og har mer enn 400 000 biler i sin flåte på verdensbasis. Avis i Norge har 170 utleiekontor, hvorav ett av dem er i Bodø. Budget og Avis i Bodø er medeier i MC og deltok i forprosjektet. De leaser 2 biler fra MC. Disse bilene kommer på toppen av den eksisterende bilflåten som består av 450 biler i Bodø.

Budget/Avis bilutleie har vært en viktig initiativtaker til MC, de var med på ideen om MC og deltok i forprosjektet til MC. De signaliserte tidlig at de ønsket å delta i forskningsprosjektet og dra prosjektet i gang. De er i dag medeier i selskapet gjennom selskapet Reidars Bilutleie. Budget og Avis er deltager i prosjektet med en elbil hver. Budget og Avis fikk sine 2 biler ved MCs første overlevering 5. november 2009.

### **1.3.5 Bodø kommune**

Bodø kommune ved teknisk avdeling leaser to elbiler fra MC. Teknisk avdeling i Bodø kommune har ansvaret for drift og vedlikehold av kommunalteknisk infrastruktur, behandling av byggesøknader, samt planlegging og utvikling av byens fysiske miljø. I tillegg forvalter avdelingen parkeringsordningen, samt skyssbåt i Helligvær. Kommunaldirektør er avdelingens leder. Teknisk avdeling består av byggesaks kontor, byplankontor, geodatakontor, kommunalteknisk kontor, landbrukskontor, Bodø bydrift og parkeringsetaten. Teknisk avdeling har 84 ansatte. Ingeniører utgjør den største yrkesgruppen i avdelingen.

Teknisk avdeling har totalt 7 tjenestebiler hvorav parkeringsetaten har 3 biler, kommunalteknisk kontor har 2 biler, store terrenggående biler. I tillegg har geodatakontoret 2 biler som er terrenggående 4-hjulstrekkere. De to elbilene som leases fra MC skal byggesakskontoret og oppmålingskontoret primært anvende. I tillegg skal parkeringsetaten fase ut en bil der elbilen erstatter denne.

Bodø kommune v/teknisk avdeling fikk den første bilen ved MCs første overlevering 5. november 2009. Den andre bilen ble levert medio desember samme år.

### **1.3.6 Nordland fylkeskommune**

Nordland fylkeskommune ønsker å lease en elbil som et prøveprosjekt for fylkeskommunen. Det jobber ca. 3 300 personer i Nordland fylkeskommune, med ansvar for velferdstjenester gjennom videregående opplæring i skole og bedrifter, veier og ferger, tannhelsetjenester, kulturopplevelser og buss- og båttransport. Nordland fylkeskommune har ansvar for å utvikle gode og spennende jobber for innbyggerne blant annet gjennom samarbeid med næringsliv, kommuner og organisasjoner. UNG i Nordland skal gi tilbud spesielt rettet mot ungdom i fylket og gjennom ungdommens fylkesting sikres deres innflytelse i saker som er viktig for ungdom. Nordland fylkeskommune sin elbil er per juli 2010 ikke levert.

#### **1.4 DELTAGERNES MOTIVASJON FOR DELTAKELSE I PROSJEKTET**

Lederne i de deltagende bedriftene argumenterer for at selskapenes motivasjon for deltagelse i forskningsprosjektet *"Klar for elbil?"* er forankret i eierinteresser, at *"Klar for elbil?"* er et viktig forskningsprosjekt, at det er et viktig miljømessig prosjekt samt at selskapene er nysgjerrige på elbiler og bruk av disse.

Lederne argumenterer for at eierskap i MC har vært avgjørende for deres deltagelse i prosjektet, men understreker at deres interesse for elbil også har bidratt til engasjementet i MC. En informant legger vekt på at de har vært motivert i å få elbiler i sin bedrift, men også gjøre elbiler tilgjengelig for flere. Bodø kommune og Nordland fylkeskommune argumenterer for at forskningsprosjektet er interessant og viktig for vår region. Dette er årsak til deltagelse i prosjektet.

Lederne legger vekt på at deres motivasjon dessuten er forankret i at *"Klar for elbil?"* er et viktig prosjekt som de ønsker å delta i, både for å støtte prosjektet, men også for å skaffe seg egne erfaringer om elbiler. En informant argumenterer for at forskningsprosjektet som følger elbilene er viktig. Dette gjør at bedrifter kan skaffe seg nyttige brukserfaringer om elbil. For selskapet var det motiverende at leasingavtalen var knyttet til forskningsprosjektet. Dermed bidrar selskapet til nyttig kunnskap om elbiler samtidig som de selv kan dra nytte av andres erfaringer med bruk av elbil.

Deltagerne legger vekt på at motivasjon er forankret i miljømessige aspekter, slik som at bruk av elbiler kan bidra til reduserte CO<sub>2</sub> utslipp. De legger til grunn at selskapene deres er fokusert på miljømessige aspekt, og de ser på *"Klar for elbil?"* som en forlengelse av deres miljømessige arbeid. En leder argumenterer for at miljømessige aspekt er selskapsmotivert. Selskapene har foretatt flere miljømessige tiltak, blant annet gjennom Miljøfyrtårnsertifisering og ISO 14001 sertifisering. Elbil er derfor bare ett ledd i deres miljømessige agering. Lederne legger vekt på at miljøarbeid bidrar til å gi selskapet økonomiske fordeler.

Lederne legger vekt på at deltagelse i *"Klar for elbil?"* er forankret i nysgjerrighet på ny teknologi, samt alternative transportløsninger. Alminnelig nysgjerrighet hos ansatte er drivkraften i elbilsatsing.

## 2. FORVENTNINGER

Før bedriftene mottok elbiler høsten 2009 gjennomførte vi kvalitative intervjuer av ledere og brukere tilknyttet prosjektet. Intervjuene ble gjennomført før deltagerne tok elbilene i bruk og er kalt ”førundersøkelsen” og fokuserer på forventninger og motivasjon til bruk av elbil. Forventninger er knyttet til myter, elbilens funksjonalitet og bedriftens omdømme. Motivasjon er knyttet til økonomi, miljø og trender og beskrives i kapittel 3.

### 2.1 MYTER

Deltagerne legger vekt på at det er mange myter forbundet med elbil. Lederne legger spesielt vekt på at mytene er knyttet til bilenes utseende og funksjonalitet. De tror deltagelse i ”Klar for elbil?” skal bidra til å avlive myter, og samtidig øke kunnskapen om elbiler. Blant ansatte i selskapene har det rådet ”sunn skepsis” eller avventende holdninger til elbiler. De argumenterer for at det i starten ikke var begeistring til anskaffelse av elbiler, men den har kommet etter hvert. En bruker argumenterer for at han har lite kunnskap om elbiler. Han hevder han har samme kunnskap og antagelser om elbiler som folk flest.

#### 2.1.1 Myter om utseende

Deltagerne gir uttrykk for lite kunnskap om utseende og negativ holdning til elbiler før de fikk elbiler. Deltagende ledere er overrasket over at elbilene ser ut som ”vanlige” biler. Mange brukere var ikke spesielt interessert i elbiler før prosjektet ble realisert. De var ganske negative til elbil og ønsket ikke at bedriften skulle anskaffe seg slike biler. De har etter hvert blitt mer positive til prosjektet.

*”Faen – vi skal ikke ha disse elbilene”.*

Lederne legger vekt på at brukerne var negative til elbiler, siden de ikke visste hvordan bilene så ut. De gir uttrykk for at brukerne så for seg små kuvøser, eller plastkasser med trillebårhjul som kunne løftes med en hånd. Imidlertid har lederne og brukerne sett at bilene ikke er som de først antok, og at elbiler ser ut som ordentlige biler og komforten er som i tradisjonelle biler. Lederne har mottatt positive tilbakemeldinger fra overraskede brukerne, som hadde sett for seg små overbygde mopeder; Buddy, Think, Kewet osv.

*”De vi har fått, ser ut som ordentlige biler. Man føler seg mer bekvem i en slik bil enn i en Buddy eller lignende. Jeg tror de hadde bildet i hodet om de tradisjonelle elbilene at det der er f\*\*\*\* ikke noe for oss”.*

Ledere gir uttrykk for at de ikke ville kjørt elbil om de så ut som overbygde mopeder, spesielt om vinteren eller om de hadde små barn i bilen. Overraskelsen er derfor stor siden elbilene i prosjektet er ”vanlige” biler der bensin- og dieselmotor er byttet ut til fordel for en elektrisk motor og et batteri.

*Byddy – jeg ville ikke kjørt disse om vinteren. I hvert fall ikke om jeg skulle hatt unger i den”.*

En leder gav uttrykk for at de har en avventende holdning til elbiler siden de ikke har fått bil ennå, og heller ikke prøvekjørt den. De vil gjerne se bilen fysisk, før de danner seg et bilde av hvordan den er. Foreløpig har de bare bilde av bilen og vil ikke danne seg forventninger basert på det.

Brukerne gir uttrykk for at det har vært skepsis og litt negativ holdning til elbiler, spesielt før de fikk se bilene. Det var flere som hadde forventninger om at dette ikke var ordentlige biler.

*"Jeg så for meg små overbygde mopedlignende biler".*

*"Det var ikke noe jubel der ute".*

En bruker argumenterer for at de ser på bilen som en ordentlig bil som har alle funksjoner som en bil skal ha. Imidlertid aner man en liten skepsis til elbiler og ansattes forbeholdenhet til bilene. Brukeren hevder det er en "artig" bil og at den fungerer greit og er ok å kjøre.

*"Den er nok litt "Postmann-Pat aktig". Men det er jo en artig bil. Og den fungerer greit og den er grei å kjøre".*

Både ledere og brukere gir uttrykk for at det har vært skepsis til elbiler i bedriftene. Det har vært negativ forventning knyttet til elbilenes utseende. Mye tyder på at de negative forventningene er snudd til positiv overraskelse etter at deltagerne har sett at elbiler ser ut som tradisjonelle biler.

### **2.1.2 Myter om funksjonalitet**

Lederne gir uttrykk for at de er spent på om bilene fungerer. Etter å ha prøvekjørt elbil er de overrasket over at bilen fungerer som en helt vanlig bil. Den stopper og starter som en ordinær bil og man kommer seg dit man skal.

*"Alle de mulighetene er lik som med en vanlig bil".*

Lederne legger vekt på at det blant brukerne har vært en avventende holdning og sunn skepsis i forhold til hvordan elbilene vil fungere i daglig bruk. De ser frem til at bilene kommer slik at brukerne kan prøve elbil og teste ut om de fungerer i forhold til forventninger.

En bruker argumenterer for at de er skeptiske til om elbiler kan gå 100 km uten lading om vinteren. De tror bilene kan gå enda lengre om sommeren. En bruker ønsker å teste om elbil kan gå fra Bodø til Misvær (ca. 70 km) uten lading og har ambisjoner om å teste dette i løpet av vinteren. En annen bruker har forsøkt bilen på strekningen Bodø-Kjerringøy-Bodø (ca. 85 km) og vet at bilen kan kjøre denne strekningen uten lading.

*"Vi skal gjøre et forsøk til vinteren hvor vi skal kjøre Misvær, så får vi ikke håpe at han stanser midtveis fra folk".*

*Det er ikke noe jeg tror, det er noe jeg vet. Vi har vært der med den. Kjerringøy er langt. Det er kjempelangt".*

I tillegg er brukerne skeptiske til hvor lang ladetid batteriet trenger for å være fullt oppladet etter at bilen har vært kjørt nesten tom for energi.

*”Husker ikke hvor lang tid det tar å lade opp fra 0 til fullt. Tror det tar nesten 8 timer. Så til Fauske kan du dra”.*

En leder legger til grunn at de ikke har fått elbil foreløpig, og at det derfor ikke er skapt forventninger til bilen, men han vektlegger at idet de mottar elbil så vil de sende flest mulig brukere på lengre turer for å se om disse fungerer i henhold til opplyst funksjonalitet.

Lederne viser til at de er svært spente på batteriets kapasitet, spesielt om vinteren. De er skeptiske til bruken av batteri, og om batteriet svekkes etter en tids bruk, siden et gammelt batteri tradisjonelt sett har dårligere yteevne enn et nytt batteri. De er derfor spent på hvor lenge batteriet virker tilfredsstillende.

*”Batteri blir jo dårligere etter hvert med bruken. Reduksjonen av batteriets kapasitet ser du aldri. Men hvis disse elbilene ligger på 100 % når du får den, vil du merke det. At kjørelengden går ned”.*

Brukerne er usikker på batteriets levetid og vektlegger at det er lite erfaring rundt dette. En bruker argumenterer for at tekniske løsninger bidrar til at batteriet har kortere levetid enn eksempelvis den elektriske motoren.

*”Det er en vekselstrømsmotor. Batteriet har likestrøm, så du må ha en omformer i mellom. Den kan ha kortere levetid enn resten. Der er lite erfaring på dette”.*

I tillegg er lederne skeptiske til batteriets yteevne om vinteren. De tror batteriet fungerer dårligere om vinteren, spesielt ved svært lave temperaturer. En leder mener batteriets yteevne om vinteren er en svakhet for elbilen, men at de skal skaffe seg kunnskap og erfaringer rundt dette. I tillegg er været i nord svært skiftende med store temperatursvingninger. De er skeptiske til hvordan batteri og bil fungerer under slike forhold.

*”Men det er klart at det blir spennende å se hvordan dette fungerer når det er 10 minus og østavindskuling”.*

En leder legger dessuten til at det et paradoks at elbilens varmeapparat er drevet av bensin. Dette støttes av mange brukere som synes det er rart at elbil må ha bensin for varmeapparatet. Men likevel ser de nytten av det siden batteriets kapasitet ikke vil klare å yte maksimalt dersom flere funksjoner trenger strøm for å fungere.

*”Nå var det litt nedtur at varmeapparatet går på bensin”.*

Brukerne legger imidlertid vekt på at de nye litiumbatterier som er i elbiler er langt mer stabile i forhold til kulde. Men de uttrykker likevel spenning i forhold til batterienes yteevne når det er svært kaldt.

En leder hadde inntrykk av at elbiler var små og har lite plass til bagasje. Han ble derfor positivt overrasket over at en såpass liten bil hadde så god plass til både mennesker og bagasje.

*”Jeg var å ute og prøvde i går og jeg var positivt overrasket. Både med plassen og alt. Jeg fikk plass i bilen”.*



Ledere og brukere gir uttrykk for at de er spent på bilens og batteriets yteevne. De er spesielt opptatt av batteriets yteevne om vinteren, men også hvor lenge batteripakken varer tilfredsstillende. De gir uttrykk for skepsis til kjørelengde basert på batteriets kapasitet samt om bilens ladetid er kritisk for dem. Paradoksalt bruker andre funksjoner, eksempelvis varmeapparat bensin. De er positiv til bilens romslighet, både i forhold til bagasje og mennesker.

### **2.1.3 Stor interesse til tross for myter**

Lederne legger vekt på at til tross for skepsis både i forhold til utseende og bruk av elbiler så uttrykker brukerne nysgjerrighet og interesse for bruk av elbil. Lederne forventer at mange vil prøve bilene, og at elbilene dekker de fleste brukeres behov. Lederne legger vekt på at Fiat Fiorino og Fiat e500 er helt nye i norsk elbilsammenheng, så deltagerne i prosjektet bidrar til kunnskapsutvikling på området som vil være interessant for mange.

Det er stor interesse for å prøve elbiler, til tross for mange myter. Mange har et ønske om å forsøke elbil uten at risikoen knyttet til investeringen blir for stor. Lederne legger vekt på at deltagelse i prosjektet er forankret i ønske om mer kunnskap om elbiler, samt å få kunnskap om hvilken nytte elbil kan gjøre i forhold til bedriftens transportbehov.

*”Jeg tror at det er essensielt at folk får muligheten til å prøve elbilen, privat og for bedrifter, uten å ta større risiko. Det er bare slik at det som er ukjent, det er det vanskeligere å ta beslutninger i forhold til å ta i bruk, enn det som er kjent”.*

Brukerne argumenterer for at det er interesse for å skaffe seg kunnskap og at de ønsker å se hvilken nytte de kan ha av elbil. Brukerne ser for seg at elbilene bare er begynnelsen for et økende marked der hybridbiler trolig kommer til å dominere.

*”Men nå er disse bilene kun begynnelsen på hva som kommer av elbiler og hybridbiler og oppladbare hybridbiler. Så dette løser de. Alle seriøse store bilaktører har en eller annen form for elbiler og en eller annen for hybridbiler. Vi har begge delene hos oss”.*

Deltagerne i ”Klar for elbil?” fokuserer på at tross skepsis og negative forventninger til elbil er det stor interesse og nysgjerrighet til elbiler. Gjennom prosjektet ønsker de å skaffe seg kunnskap og erfaringer samt se nytten i elbiler.

### **2.1.4 Avlive myter**

Lederne legger vekt på at det eksisterer mange myter om elbiler. De ønsker gjennom prosjektet ”Klar for elbil?” å bidra til å avlive myter. En leder ønsker at elbiler skal gjøres tilgjengelig for alminnelige mennesker slik at de kan forsøke elbil og få erfaringer uten å kjøpe bil, i stedet leie elbil hos bilutleiefirma. Han hevder at ved å tilby elbiler gjennom bilutleie så vil terskelen for å kjøre elbil bli lavere, siden brukerne ikke løper stor økonomisk risiko. En leder forventer at det ikke er annerledes å kjøre elbil enn tradisjonelle biler, men at de må planlegge å legge til rette for tilfredsstillende utnyttelse av elbilene. Eksempelvis ved å tilrettelegge for lading, eller ta hensyn til hvor lange turer man kjører.

*”Altså vi har folk som har sine biler på verksted og som får dekket leiebil på sine forsikringer. Der ser vi også muligheten til å få ut elbiler. Og da får du presentert deg for den vanlige mann i Bodø”.*

En leder forventer at miljøperspektivet bidrar til å endre status hos folk, der miljøvennlige biler får samme status som dyre, flotte biler med stor motorkapasitet hittil har hatt. En leder ønsker å få så mye kunnskap om elbiler og avlivet såpass mange myter at folk synes det er "tøft" å kjøre elbil.

Deltagerne i "Klar for elbil?" ønsker gjennom deltagelse i prosjektet å avlive myter om elbiler samt gjøre bilene tilgjengelig for alminnelige folk.

### 2.1.5 Ønsker mer kunnskap

Lederne legger vekt på at elbilens brukeregenskaper har begrensninger for utførelse av enkelte primær oppgaver, siden elbil kan begrense fremkommelighet, samt andre begrensninger knyttet til bilens funksjonalitet. Lederne legger vekt på at de ser frem til å skaffe seg nyttig informasjon om bruk av bilene, spesielt om vinteren.

*"De sier det i disse vintertestene at det er 100 km de skal gå. Det kan jo hende det at det er et konservativt anslag. På sommeren kan det kanskje være lengre kjørelengde.*

Brukerne argumenterer for at de synes det er greit å delta i prosjektet "Klar for elbil?" så lenge det er formålstjenelig for deres arbeidsoppgaver. En bruker argumenterer for at de har hatt mange plager med bilen og det har skapt murring og irritasjon. Lenge trodde de at de gjorde noe galt, men bilen måtte til slutt på verksted og der ble det konstatert feil som nå er utbedret. Dessuten er stemningen bedre siden de fant feil og det ikke var "menneskelig svikt".

Lederne hevder at elbiler som skal kjøre i byen eller annen småkjøring, trolig ikke vil få problemer. Det er de tilfeller der brukerne tidligere har vært vant til 4-hjulstrekkere det kan oppstå problemer. En leder uttrykker spenning i forhold til om elbilen vil fungerer i slike tilfeller.

En leder legger vekt på at en elbil skal legges inn i bedriftens kalendersystem, slik at bilen kan bookes på samme måte som de booker møterom. Han har store forventninger til om det vil fungere og om det vil bli stor etterspørsel etter bilene.

*"Vi skal forsøke å legge den ene bilen inn i kalendersystemet vårt slik at vi kan booke den på lik måte som et møterom. Så får vi se om det fungerer. Det blir spennende, det er flere brukere der. Vi får se om det blir en kamp om den".*

En leder legger vekt på at det er viktig å øke kunnskapen om elbiler og at prosjektdeltagerne kommuniserer med hverandre rundt de erfaringer man får gjennom bruk av elbil. Han legger vekt på at dersom man skal kunne dra nytte av hverandres erfaringer er det sentralt at man gir hverandre innspill slik at man kan lære og erfare av hverandre.

*"Tror i hvert fall at det er viktig at vi utveksler erfaringer. Dette er helt på nybegynnerstadiet for alle, og da er det viktig at erfaringene kommer frem".*

Deltagerne legger til grunn at ønsket om mer kunnskap om elbiler er sentral for deres deltakelse i prosjektet. Økt kunnskap er vesentlig dersom man skal kunne avlive myter som eksisterer om elbiler. Dessuten er det sentralt med kunnskap om elbiler for å kunne se om elbiler dekker bedriftens transportbehov.

### 2.1.6 Oppsummering

Ledere og brukere har vært skeptiske til om elbiler dekker bedriftens transportbehov. Brukerne har vært negativ til bilens utseende, men er blitt positivt overrasket over at bilene ser ut som tradisjonelle biler. I tillegg har de uttrykt spenning med hensyn til batteriets kapasitet og yteevne, spesielt om vinteren. De er spent på batterikapasitet over tid. De mener det er negativt at varmeapparat er drevet med bensin, men positiv til at det er god plass i bilen. Deltagerne er spent og nysgjerrig på elbil og vil bruke prosjektet til å skaffe seg kunnskap og erfaringer. Prosjektet skal dessuten avlive deltagerens myter om elbil. Kunnskap om elbil blir derfor viktig for deltagerne. Dessuten gir økt kunnskap om elbil grunnlag for å se om elbil dekker bedriftens transportbehov.

## 2.2 FUNKSJONALITET

Deltagerne har høye forventninger til elbilens funksjonalitet. De legger spesielt vekt på anvendelse av elbil som transportmiddel og at elbilens begrensninger ikke skal påvirke deres behov for bil for utførelse av primær oppgaver. I tillegg vektlegger deltagerne at elbilens sikkerhet, behov og rutiner for lading samt elbilens komfort er sentrale elementer ved elbilens funksjonalitet.

### 2.2.1 Anvendelse

Lederne i prosjektet legger vekt på at de forventer at elbilens funksjonalitet er forankret i deres behov, bilens begrensninger og service på bilene. De antar at elbilene er tilrettelagt for å dekke ulike kjørebegre. Lederne argumenterer for at batteriets kapasitet er en begrensning i forhold til hvilken rekkevidde bilen har. Dette sees ikke på som et problem siden brukere vanligvis vet hvor de skal og hvilke oppdrag de skal utføre. En leder argumenterer for at enkelte ansatte i selskapet trenger mye utstyr og verktøy for å utføre sine primær oppgaver. For disse vil elbil ikke være et godt alternativ på grunn av begrenset bagasjeplass. En annen argumenterer for at brukerne ikke vil benytte elbil når de skal på lengre turer der batterikapasitet kan utgjøre en begrensning.

*”De blir nok ikke tatt i bruk til de store transportene. Mest persontransport og litt lett utstyr”.*

Brukerne argumenterer for at utgangspunktet for anskaffelse av elbil, er at elbilens batterikapasitet dekker det daglige behovet for det samme kjøremønster som de praktiserer i dag. Det betyr mange småturer i lokalområdet. I tillegg argumenterer brukerne for at kjørestil påvirker hvor langt man kan kjøre med elbil. Forsiktig og fornuftig kjørestil gjør at man oppnår større rekkevidde på gitt batterikapasitet.

*”Nå husker jeg ikke rekkevidden, men det var en del mil. Du kan kjøre på strøm i byen, og annet drivmiddel utenfor byen.*

*”Du kan kjøre 100 km uten lading, men da skal du være veldig forsiktig. Og vi er ”ikke forsiktig” når vi er ute og kjører, ingen av oss. Hvis vi kjører sånn vanlig bil kjørestil, så ser jeg at jeg bruker mer enn normalt kraft. Det er forskjell på å kjøre i 50 og det å kjøre i 80.*

En leder legger vekt på at de ønsker at elbil skal være tilgjengelig for vanlige folk som skal kunne prøve elbil uten for stor risiko. Han hevder de har ansvar for å informere kunder om elbilens egenskaper og veilede kunder i forhold til om elbilen tilfredsstillende den enkelte kundes krav.

Lederne forventer og er spent på elbilens tekniske egenskaper. De argumenterer for at elbilen har mindre motorkapasitet enn vanlige biler, dette vil trolig bidra til at brukerne kjører roligere enn "normalt". De tror brukerne kan endre kjørevaner og -stil, og bruke litt lengre tid enn de vanligvis ville lagt opp til. I tillegg argumenterer de for at god bagasjeplass er viktig. Dette er en forutsetning for at bilen er funksjonell, der man kan ta med seg litt utstyr for å utføre vanlige arbeidsoppgaver. Det er ikke alle oppgaver som trenger like mye utstyr eller verktøy, men det blir tungvint dersom ansatte ikke kan ha med litt utstyr i bilen, i følge informanten.

*"Det er klart det er stor forskjell på motorkapasitet. Er du ute og kjører med denne på landeveien, så kan du legge fra deg tanken om å kjøre forbi - den kan du parkere hjemme. Ut fra anlegget her er det 80-soner og gir du full gass så er det som å kjøre veldig rolig. Sånn du ville gjort til vanlig hvis du hadde god tid. Du kjører mykt, helt greit".*

Lederne skal legge til rette for et funksjonelt booking- og loggsystem for elbilene der bilene skal kunne bookes fra egen PC og den enkelte skal ha kontroll på når denne er tilgjengelig. I tillegg skal selskapene føre logg slik at de vet hvor mye bilene kjører i tillegg til at de observerer og informerer om særskilte hendelser ved bruk. Lederne legger vekt på at dette er viktig for å skaffe seg kunnskap og erfaring.

*"Ja, vi tar tenkt at vi må ha en form for kjørebok og plass for å logge dersom det er noen spesielle...".*

*"Det kan legges inn som en ressurs i Outlook".*

Brukerne legger til at det skal monteres elektroniske kjørebøker slik at all kjøring registreres automatisk. En bruker argumenterer for at internt i bedriften er det ulik bruk av bil i forbindelse med utførelse av primæroppgaver. Noen kjører mye, andre lite, Elektroniske kjørebøker bidrar til å holde orden på hvem som kjører og hvor mye.

*"Det skal monteres elektronisk kjørebok. Det blir registret automatisk. Vi har oversikt over hvor de fleste kjører og hvor mye. Det er jo et bidrag det også".*

Brukerne vektlegger at det med bruk av elektroniske kjørebøker registreres mye nyttig data. I tillegg skal de registrere hvor, når og hvor lenge elbilen lades hver gang.

Lederne forventer at elbilens kapasitet og begrensninger er knyttet til batteri og at elbil dekker det daglige behovet med flere småturer i lokalområdet. De argumenterer for at mange turer er innenfor batteriets kapasitet og hvis dette ikke er tilfelle, så velges andre billøsninger for den spesifikke turen. Til tross for at elbilen har begrensning hva gjelder funksjonalitet, tror lederne at de raskt får rutiner på daglig lading slik at elbilen kan brukes mest mulig effektivt.

Brukerne argumenterer for at de skal innføre rutiner der bilene lades hver gang de har vært i bruk.

*”Det må lages rutiner som sørger for at bilen ikke er utladet på slutten av dagen”.*

Lederne har høye forventninger til at nødvendig service og vedlikehold ivaretas gjennom deres leasingavtale. De forventer at selv om verkstedet har lite erfaring med elbil, så vil ikke dette by på problemer for deres elbilbruk, men de uttrykker likevel at de er spent på om service på bilene fungerer optimalt. En bruker hevder de har hatt problemer med en bil og hatt den på verkstedet flere ganger uten at de har påvist feil. Brukeren antar dette er innkjøringsproblemer og tar det med et smil.

*”De finner ikke noe gærent og påstår at det er ok når den står på lading hos dem. Jeg har prøvd å bytte ledninger og kontaktpunkt. Det samme skjer. Mulig den ikke skal ha fornybar energi ☺”*

Brukerne argumenterer for at elbil har begrensninger og at de må innrette seg etter det. En bruker tror at bedriftens elbil skal brukes til å hente og bringe folk til deres anlegg. En annen bruker legger vekt på at all småkjøring og bykjøring kan dekkes av elbil, men de vil ikke nå alt med den, på grunn av batteriets begrensninger, samt at enkelte områder de ferdes i trenger 4-hjulstrekk.

*”Vi vil jo kunne bruke den til på hente folk på flyplassen”.*

*”Der kan en elbil oppfylle kravene godt nok. All småkjøring kan tas med elbilen. Vi når ikke alt med elbil. Det går ikke med elbil når du skal ut på en skogsvei. Dårlig vinterføre kommer du ikke unna å ha et terrenggående kjøretøy. Det blir hovedsakelig for kjøring i bystrøkene. Kanskje ut til Saltstraumen”.*

En bruker legger vekt på at elbil ikke kan brukes av de som trenger diverse verktøy for å utføre primær oppgaver. I tillegg påvirker last energibruk, slik at antall kilo verktøy kan gå ut over effektiv energibruk. De argumenterer for at elbiler best egner seg for persontransport og lett utstyr.

*”Vi er usikre på hvor mye du kan laste bilene, antall kilo. For det går på bekostning av energibruken. De blir nok ikke tatt i bruk til de store transportene. Mest persontransport og litt lett utstyr”.*

En bruker hevder at plass til bagasje er tilfredsstillende. Han uttrykker videre at bagasje plass ikke er en aktuell problemstilling siden de ikke frakter mye verktøy.

*”Men om det er god plass i bagasjerommet? Det er helt okey”.*

Brukerne argumenterer for at det er forskjell mellom de to ulike modellene som er tilgjengelig. Fiat e500 er mye mindre og det er lite plass til bagasje, spesielt tungt verktøy. Fiat Fiorino dekker bagasjebehovet på en mer tilfredsstillende måte.

*”Den Fiorinoen vil dekke det behovet. Av og til har man med seg litt. Varekjøp, hvis vi ikke får det med har en større varebil, stort sett er det bare reservedeler og slikt til maskinen”.*

Lederne og brukerne er enige om at de forventer at anvendelse av elbil som transportløsning ikke påvirker deres primær oppgaver, men at de må legge vekt på planlegging i forhold til

kjørelengde og utstyr de trenger på turer. De legger vekt på at de må legge til rette rutiner for booking og lading. Ledere og brukere er kjent med elbilens kapasitet og begrensning og tror ikke det vil påvirke utførelse av primæroppgaver i vesentlig grad.

### **2.2.2 Sikkerhet**

Lederne i prosjektet forventer at elbiler er ”vanlige” biler som er testet og godkjent. Siden bilene som deltar i prosjektet ”*Klar for Elbil?*” er store biler må de gjennomgå samme sikkerhetstester som ordinære bensin- og dieseldrevne biler. Det er kun elbiler som er klassifisert som ”overbygde mopeder”, som ikke er bundet til kollisjonstester.

Lederne forventer at sikkerhet i elbiler er som sikkerhet i ”vanlige” biler. De poengterer at elbiler de leaser av MC er vanlige biler som har samme sikkerhetsutstyr som ordinære biler.

*”De har airbag og annet sikkerhetsutstyr”.*

Forskjellen fra tradisjonelle biler til elbiler er at bensin- eller dieselmotoren er skiftet ut med en elektrisk motor. Ellers fungerer bilen tilsvarende en vanlig bil. Lederne legger vekt på at sikkerheten til ansatte settes høyt, og kommer foran eksempelvis miljøperspektivet, men han argumenterer for at det ikke er noen forskjell sikkerhetsmessig mellom elbiler og tradisjonelle biler. Etter at elektrisk motor er montert inn i bilen testes elbiler og eventuelt godkjennes på nytt.

*”Bilen må godkjennes på nytt. Sikkerhetsmessig er det ikke noe. Vi så etter en som var mer sikker for de ansatte”.*

Sikkerhetsmessig forventer lederne at elektriske biler kanskje kan være langt sikrere å kjøre enn en bensin- eller dieseldreven bil som kan ta fyr ved eventuelle trafikkuhell. De forventer at den elektriske motoren og tilhørende batteri ikke påvirker sikkerheten.

*”Nei, det må heller være tryggere å kjøre elbiler enn en bensinbil som kan ta fyr ”.*

Imidlertid argumenterer de for at elbiler er svært stillegående. I utgangspunktet er det bare dekkstøy som høres. Mangel på lyd kan påvirke sikkerheten for øvrige trafikkanter, siden de knapt hører en elektrisk bil. Det er positivt at bilen er utstyrt med varsellyd slik at når man er på steder med mye folk (eksempelvis parkeringsplasser utenfor kjøpesenter), er det nyttig å kunne signalisere gjennom lyd. Lederne legger vekt på at støyproblematikken kan være negativt i forhold til sikkerhet, ikke brukernes sikkerhet, men andre trafikkanter sikkerhet.

*”Ja, altså han er jo veldig stille. Nå suser det noe av alt annet som skramler på en bil, men det er ikke motorlyd. Så sånn sett så er den jo... ”.*

Lederne vektlegger at sikkerheten for ansatte kan bedres gjennom deres deltagelse i prosjektet siden elbilen erstatter bruk av private biler. Elbilen er i god teknisk stand og har gjennomgått nødvendige kontroller. I tilfeller der ansatte bruker private biler har ikke lederne kontroll over de aktuelle bilenes tekniske stand og lederne argumenterer derfor for at bruk av elbil kan øke brukernes sikkerhet gjennom prosjektet.

Sikkerhet i elbiler er minst like god som i tradisjonelle biler i vanlig bruk. I tillegg er bilene utstyrt med samme sikkerhetsutstyr som ”vanlige” biler. På grunn av lite lyd ved elbiler kan

Øvrige trafikkanter sikkerhet svekkes som følge av at elbiler knapt høres. Ansattes sikkerhet styrkes gjennom prosjektet ”Klar for elbil?” siden elbilene er nye og godkjente, i motsetning til ansattes private biler som kan være av ulik kvalitet.

### **2.2.3 Lading**

Lederne forventer at behovet for lading ikke skal påvirke brukernes utførelse av primær- oppgaver. Lederne forventer heller ikke at elbilkjøring gir store begrensninger i forhold til utførelsen av ansattes primær oppgaver. De hevder at elbilene er tilpasset bruken til selskapene. En leder argumenterer for at det på sikt forventes at varebiler og lastebiler som kjører i Bodø, uavhengig av deltagelse i prosjektet, skal være elektriske. Han vektlegger at bruk av elbil ikke er dyrere enn bensin- eller dieslbiler. Han argumenterer for at bruk av elbiler vil øke når flere ser at elbiler ikke påvirker utførelsen av primær oppgavene negativt.

*”Det er ingen grunn til at ikke alle varebiler, lastebiler som du ser i Bodø skulle vært elektrisk drevet”.*

En bruker argumenterer for at de ønsker seg varebil som er elektrisk drevet. For bedriften vil det være enda mer interessant siden en elektrisk varebil kan bidra i deres kjerneaktivitet. Deres eksisterende tradisjonelle varebiler har mye tomgangskjøring og en elbil ville vært ideell.

*”Det hadde vært moro og fått det til med el på varebil”.*

Lederne har fokusert på å få på plass rutiner for lading slik at bilene kan være mest mulig tilgjengelig. De ser behovet for rutiner for lading. Lederne i de ulike selskaper forventer å bruke bilene på ulike måter og har behov for rutiner for lading som er spesielt tilpassert eget bruk.

Lederne vektlegger at lading trolig vil være en ”kritisk” suksessfaktor for bruken av elbiler. Selskapene er opptatt av at det bør være anledning til å lade på flere tilgjengelige steder, for eksempel utenfor arbeidssted, kommunale parkeringsplasser, hjemme etc. Det er viktig at bilene ikke stopper med flatt batteri. Ladestasjoner bidrar til å skape trygghet. Brukerne forventer at det etableres ladestasjoner på egnede steder i Bodø slik at det blir anledning til å lade ved behov. En leder viser til at det er interesse for å etablere ladestasjoner utenfor andre bedrifter.

*”Min erfaring med næringslivet er at de har spurt om elbil og de har sagt at ”ja, vi kan også godt tenke oss å ha en ladestasjon hos oss”.*

De fleste bedriftene har lagt til rette for både parkering og (full)lading på arbeidsplassen, eller planlegger å etablere dette i nær fremtid. Deltagerne i ”Klar for elbil?” har etablert flere ladepunkter før elbilene ankom selskapene. En leder fremhever at de har hatt egen parkering for elbiler med lading i 2 år til tross for at de ikke har hatt elbil i sin bilpark.

*”Her har vi etablert 4 søyler utenfor med doble stikk i. Så vi har 8 parkeringsplasser her som er til elbil på huset. De har stått i 2 år”.*

Brukerne vektlegger at det er lagt til rette for lading utenfor arbeidsplassen. De mener at det var enighet at lading er viktig for at elbiler skal fungere optimalt og derfor har bedriften lagt

til rette for dette. I tillegg mener brukere at tilskudd fra Transnova har vært benyttet til formålet.

*”Vi har allerede etablert ladestasjoner utenfor Energihuset. Det var vi enige om at der må vi være først”.*

*”Det har bygget gjort. I samarbeid med MC. De har fått tilskudd fra Transnova. Så der er 10 ladeutganger”.*

Brukerne argumenterer for at lading ikke vil være et problem for deres elbilbruk. Generelt vil ”vanlig” 10 amperes kurs være nok, men brukere argumenterer for at infrastruktur må være tilrettelagt. En bruker legger til grunn at lading for eksempel hjemme ikke byr på problemer, siden elbil bruker samme kurs som motorvarmer, som ofte er tilrettelagt i vanlige husholdninger. En annen bruker argumenterer for at man må tilrettelegge for lading hjemme, siden man ofte har mye annet på samme kurs og dermed kan sikringer gå.

*”Går på det samme som en motorvarmer. Jeg vet ikke forbruket, men det er ikke det store. Den lader godt på en 10 ampers kurs”.*

Brukerne argumenterer for at batteriets rekkevidde ikke byr på problemer siden brukerne kan planlegge turer. Bykjøring vil vanligvis kunne utføres med elbiler, mens lengre turer, til Beiarn, Fauske etc. eventuelt må tilrettelegges for lading underveis. Dessuten tror brukerne at fornuftig kjøring bidrar til økt rekkevidde uten lading.

*”Vi har et lite avdelingskontor i Beiarn, hvis jeg skal ut en tur dit, så kan jeg ikke ta en elbil. Det begrenser seg selv til sentrum, du ser de som kjørte til Gøya de hadde nesten tømt batteriet. Da sliter du. Du må planlegge”.*

*”Rekkevidden er ingen stor problemstilling heller, hvor mange småturer rekker du på en dag og at bilen får tid nok i ladestasjonen. Når vi er ute har vi ingen mulighet å lade den, så det er når vi er hjemme eller på jobb vi kan lade”.*

Ledere og brukere legger vekt på at lading av batteri ikke påvirker eller begrenser deres bruk av elbil. I stedet er det viktig å legge til rette for rutiner for lading både på arbeidsplasser, offentlige parkeringsplasser og hjemme.

#### **2.2.4 Komfort**

Lederne argumenterer for at komfort knyttet til bil omhandler blant annet behovet for å ha bil tilgjengelig når man trenger den. En leder argumenterer for at våre reise- og bilvaner er knyttet til at vi har bilen tilgjengelig i nærheten og kan sette oss inn i bilen og kjøre når det passer. Vi er ikke vant til å kjøre kollektivt eller å tilpasse vårt kjøremønster til andre.

*”Men komforten vi vil ha og den enkelheten vi vil ha ved å nå fra A til B er så stor at vi er ikke villige til å kompensere. Altså, vi er ikke villige til å gå på akkord med de kravene”.*

Lederne argumenterer for at de forventer at det mottas som positivt at elbiler er stillegående biler og at det en behagelig måte å kjøre bil på. De vektlegger at det ikke er motorlyd. Det er



kun dekkstøy og annen lyd fra det øvrige som høres i bilen, vifter, vindusviskere etc. I tillegg forventer lederne at elbilene skal være behagelig å kjøre i forhold til den minimale støyen fra kjøretøyene. Det er ikke støy forbundet med motorlyd slik som vanlige diesel- og bensinmotorer. De legger vekt på at det er uvant, men behagelig uten motorstøy. Videre legger de vekt på at den eneste støy er fra dekkene. De sier det er uvant, men tilvennelig.

*”Veldig praktisk. Og den komforten som er i bilene, støymessig. Den er påtagelig, det er kjempefint å kjøre bil når det er så stille”.*

Brukerne forventer at elbilene skal være behagelig å kjøre i forhold til støy. Det er ikke støy forbundet med motorlyd slik som vanlige diesel- og bensinmotorer. Brukerne legger vekt på at det er uvant, men behagelig uten motorstøy. De legger vekt på at det eneste man får av støy er dekkstøyen. De sier det er uvant, men at det er en tilvennings sak.

*”Ja, det var ikke så stor forskjell på det heller, for dette er en slik varebil, så det skramler og ramler som det gjør i alle varebiler, men motorlyden er borte”.*

Ledere og brukere legger vekt på at elbiler er behagelig å kjøre på grunn av redusert støy i bilene. Det er dekkstøy, varmeapparat, vindusviskere etc som høres, motorlyd er fraværende i elbiler.

### **2.2.5 Oppsummering**

Deltagerne forventer at anvendelse av elbil som transportløsning ikke påvirker bedriftens primæroppgaver, men bruk av elbil krever planlegging i forhold til kjørelengde, behov for bagasje plass etc. De skal tilrettelegge for bookingrutiner og lading. Ledere og brukere er kjent med elbilens kapasitet og begrensning og tror ikke det vil påvirke deres primære arbeidsoppgaver.

Sikkerhet i elbiler er minst like god som i tradisjonelle biler og bilene har samme sikkerhetsutstyr som tradisjonelle biler. Mangel på motorlyd kan redusere øvrige trafikkanters sikkerhet siden elbiler knapt høres. Ansattes sikkerhet styrkes trolig gjennom prosjektet *”Klar for elbil?”* siden elbilene er nye og godkjente, i motsetning til ansattes private biler som kan være av ulik kvalitet.

Deltagerne mener at behovet for lading av batteri ikke påvirker eller begrenser deres bruk av elbil, men krever rutiner for lading både på arbeidsplasser, offentlige parkeringsplasser og i private husholdninger.

De legger vekt på at elbiler er behagelig å kjøre på grunn av redusert støy i bilene. Det er kun dekkstøy, varmeapparat, vindusviskere etc som høres, motorlyd er fraværende i elbiler.

## **2.3 OMDØMME**

Deltagerne i *”Klar for elbil?”* legger vekt på at det er viktig å vise sin deltagelse i prosjektet. De legger spesielt vekt på at det er viktig å vise engasjement, at de deltar i prosjektet gjennom omtale i media, samt det å gjøre elbilene synlige i bybildet. Deltagerne forventer at deltagelse i prosjektet, samt deres bruk av elbil vil bidra til å styrke bedriftens positive omdømme.

### 2.3.1 Vise engasjement

Lederne legger vekt på viktigheten av å synliggjøre sitt miljømessige engasjement blant annet på grunn av bedriftens omdømme. En leder hevder at bedriftens fokus på miljø kan gi selskapet fordel i konkurranse med konkurrenter.

Kommunen legger vekt på at det er viktig for kommunens renommé at de deltar på et miljøvennlig prosjekt. I motsatt fall kunne det ført til uønskede reaksjoner.

*”Det synes jeg er veldig vanskelig å melde tilbake til bystyret at: ”Nei, vi er uinteressert i denne typen alternative løsninger”.*

En bruker argumenterer for at det er i tiden å fokusere på miljøvennlige alternativer. Han hevder at kunder er mer bevisste, og de etterspør tjenester og rådgivning på miljøvennlige løsninger.

*”Ja, det er klart vi gjør det og det er veldig i tiden at man har fokus på dette. Blant annet merker vi dette på kundene våre. De etterspør mye mer tjenester på rådgivning på miljøspørsmål nå, i forhold til før”.*

Deltagerne argumenterer for et det er viktig for bedriftens omdømme at de deltar og viser engasjement for prosjektet ”Klar for elbil?”.

### 2.3.2 Profilere prosjekt

Lederne hevder at det er viktig å formidle at de deltar i prosjektet. En leder hadde pressemelding klar som skulle sendes straks bilene var kommet. Pressemeldingen var tenkt formidlet til media samt offisielle hjemmesider der formålet var å informere om prosjektet, samt nå frem til andre interessenter.

*”Jeg har utarbeidet en pressemelding som ligger klar som vi skal bruke på de nettstedene som vi synes er relevant. Både Moving og City og Elbil Norge. Forhåpentligvis vil dette bli plukket opp i andre medier også”.*

Lederne legger vekt på at det er viktig med publisitet i forbindelse med overlevering av elbilene. Ved levering av 10 biler 5. november 2009 fra MC var alle selskapene i prosjektet samt presse invitert til offisiell overlevering. Profilering og markering av oppstart var viktig, etter hvert vil det vises gjennom mange elbiler i byen.

Lederne synes det er viktig med felles profilering ved at de har gjenkjennende reklame på alle bilene som identifiserer prosjektet. Det er enighet blant dem og i samarbeid med MC, at alle biler skal ha MC-logo bak, i tillegg til Bodø Energi på ”bensinlokket”. Dermed har bilene noe lik profilering i tillegg til egen reklame.

*”Dette er et spennende prosjekt og vi kommer til å vises. Og etter hvert som det blir flere og flere biler...”.*

Deltagerne legger vekt på at det er viktig å profilere bilene som et felles prosjekt, derfor er det enighet om å profilere med noe ensartet reklame på alle bilene i prosjektet, i tillegg til at den enkelte bedrift har sin spesielle profil. Deltagerne ønsker med dette å vise engasjement i prosjektet ”Klar for elbil?”.

### 2.3.3 Profilere bil

Deltagerne skal i tillegg til å profilere og synliggjøre sin deltagelse i prosjektet, synliggjøre bilene. Elbilene ser ut som ”vanlige” biler og kan ikke skilles fra bensin- og dieseldrevne biler med unntak av registreringsnummeret. Elbiler registreres med EL XXXXX og vil kun være gjenkjennelig for dem som er kjent med at elbiler registreres med EL. For andre vil det være umulig å skille elbil fra ”vanlige” biler, derfor mener lederne at det er spesielt viktig å ha reklame på sine elbiler. Brukerne ønsker også å profilere bilene på originale måter slik at det vises at det er elbiler.

*”Det går kun frem av nummerskiltet. Vi spekulerte litt på om vi skulle ha bilde av ledninger, men det ble ikke”.*

Lederne ønsker å synliggjøre elbilene. De fleste bedrifter skal helfoliere bilene der egen logo er synlig. I tillegg skal blant annet Bodø kommune synliggjøre deres miljøfokus gjennom profileringen.

*”Det skal vi ha. Det skal stå Bodø kommune og et miljørettet slagord. Og det skal være et bystyrevedtak på at Bodø kommune skal fremme miljøet. Så dette er jo i tråd med det”.*

Lederne legger vekt på at det er viktig å profilere elbilene slik at de er godt synlige. De argumenterer for at det er et viktig poeng i bedriftens generelle profilering at det vises at de er miljøvennlige. Det er vanskelig å se at en bil er elbil og derfor er profilering viktig. Lederne ønsker iøynefallende reklame på sine biler der de spesielt viser at ”dette” er en elbil.

*”For disse bilene er så like at det er ingen som ser at det er en elbil. Hvis man ikke er spesielt interessert og ser på registreringsnummeret og det er kanskje ikke alle som leser....”.*

Det er bestemt at alle elbilene skal ha avbildet en stikkontakt på ladelokket. De vektlegger at det bidrar til å synliggjøre bilene, i tillegg synes de det er ”tøft” at ladelokket har reklame. Det er så spesielt at det forventes å bli lagt merke til.

*”Det har vi hatt hele tiden på ladelokket på alle som MC har. Det var det første vi la merke til når vi fikk bilder av Iris sin bil. Den bilen var blitt veldig tøff”.*

Lederne legger stor vekt på at de må ha logoer der det fremgår at deres bedrift eier bilen og at det vises at det er en elbil. I tillegg vektlegger de at det skal fremgå at de kjører miljøvennlig. Brukerne argumenterer for at de må profilere elbilene, det gjør mange andre i prosjektet.

*”Den blir helfoliert, det er mange som har det”.*

Et selskap skal imidlertid ikke helfoliere sine biler, men i stedet har iøynefallende, og store logoer på sine biler. Selskapet har mange biler og tror de vil være synlige med mange som har samme logo.

Ledere og brukere mener det er viktig å profilere elbilene siden de ser ut som vanlige biler der kun registreringsbokstavene viser at bilen er elektrisk. De fleste bedrifter skal helfoliere sine med egen iøynefallende reklame.

### **2.3.4 Oppsummering**

Deltagerne i "Klar for elbil?" mener det er positivt for bedriftens omdømme at de deltar og viser engasjement i prosjektet. Videre legger de vekt på at det er viktig å profilere bilene som et felles prosjekt. Bilene profileres derfor med noe ensartet reklame på alle bilene i prosjektet, i tillegg til at den enkelte bedrift har sin spesielle profil. De fremhever at det er viktig å profilere elbilene. Bilene ser ut som tradisjonelle biler der kun registreringsbokstavene viser at bilen er elektrisk. De fleste bedrifter skal helfoliere sine biler med egen iøynefallende reklame.

### 3. MOTIVASJON

Ledere og brukere argumenterer for at deres deltagelse i prosjektet "Klar for elbil?" er forankret i økonomiske, miljømessige og sosiale forhold. Økonomisk motivasjon omhandler spesielt kostnadsperspektivet, miljømessige forhold fokuserer på handlinger, mens sosiale forhold omhandler elbil som trendy transportmiddel.

#### 3.1 ØKONOMISK MOTIVASJON FOR ELBIL

Deltagerne i "Klar for elbil?" legger vekt på at deres leasingavtale med MC og bedriftens bruk av elbil må sees i et økonomisk perspektiv. Lederne peker spesielt på myndighetenes avgiftspolitik, at elbiler er dyre biler og således er forbundet med økte kostnader. Bruk av kjøretøyene gir imidlertid en lønnsom erfaring som forventes å gi positive økonomiske konsekvenser for den enkelte. De mener at mer kunnskap om elbil er viktig.

##### 3.1.1 Myndigheters avgiftspolitik

Lederne mener det er viktig at myndighetene har lagt til rette for avgiftsreduksjon for elbiler. Det er spesielt viktig at parkering av elbiler er gratis, og det nevnes også at gratis bomringer og ferger er bra. De synes det er fordelaktig at det er iverksatt tiltak der elbiler har bruksfordeler, spesielt er det positivt at myndighetene har lagt til rette for at elbil har økonomiske fortrinn i daglig drift.

*"Her har heldigvis staten gjort noen ting. De har sagt at det skal ikke være moms på el, det skal ikke være avgifter på det og det skal være gratis å parkere på offentlige parkeringsplasser".*

Lederne mener det er positivt at myndighetene har lagt til rette for at man kan velge elbil fremfor bensin- eller dieseldrevne biler, der avgiftssystemet for elbiler er langt gunstigere enn tradisjonelle biler. De synes det er positivt at myndighetene viser vilje til å bidra slik at flere velger elbil, men uttrykker at det er usikkert om myndighetenes avgiftspolitik er gunstig nok.

*"De gjør i hvert fall gode insitamenter for at vi skal ta det i bruk. Så kan man diskutere alltid om insitamentene er store nok eller gode nok, men de har i hvert fall gjort noe".*

De er enige om at gratis parkering på offentlige parkeringsplasser er et godt insitament for å kjøre elbil. Dessuten er gratis parkering et virkemiddel som bidrar til å lettere finne parkering og bidrar med økonomiske besparelser i forhold til tradisjonelle biler, men de legger vekt på at man må være oppmerksom på at parkeringsfritaket gjelder kun offentlige parkeringsplasser og ikke private parkeringsplasser.

*"Elbiler skal i utgangspunktet kunne kjøre gratis og parkere gratis. Foreløpig når du kommer til byen så er det ikke en parkeringsplass å oppdrive, så for elbilen..."*

Brukerne argumenterer for at det er positivt å slippe parkeringsavgift. Det gjør det lettere siden det ikke er nødvendig å ha småpenger til enhver tid til parkometer. I tillegg kan man benytte hvilken som helst offentlig parkeringsplass og gå direkte til ærendet som skal utføres.

*”Den fordel at du slipper parkeringsavgift”.*

Enkelte bedrifter har parkeringsplasser som er tilrettelagt og reservert for elbiler, der de i tillegg kan lade gratis. Lederne er positive til at virkemidlene oppfattes gunstig for elbil i by, men er skeptisk siden det er få offentlige parkeringsplasser. Dermed blir fordelene nødvendigvis ikke stor.

Lederne synes det er positivt at elbiler kan kjøre gratis gjennom bomring og på ferger. Dessuten kan elbiler benytte kollektivfelt, selv om dette ikke er aktuell problemstilling for Bodø kommune. De legger vekt på at fordelene er større i store byer der avgiftsfordelene kan utnyttes i større grad enn i Bodø, men er usikker på hvor lenge fordelene vil eksistere. De antar at idet det er mange nok elbiler, vil de økonomiske virkemidler forsvinne.

*”Det er nok enda bedre i større byer der man får enda flere fordeler. Så er det spennende hvor lenge disse fordelene vil vare. Jo flere elbiler det kommer...”.*

Imidlertid er det ikke alle lederne som har lagt vekt på fordelene ved avgiftssystemet. En leder visste ikke at elbiler hadde slike økonomiske fordeler.

*”Jeg var ikke var klar over at den avgiftsbiten var politisk løst”.*

Deltagerne argumenterer for at myndighetenes avgiftspolitik er gunstig for elbiler og de er spesielt fornøyd med tilretteleggingen for avgiftsreduksjon. Lederne legger vekt på at det er positivt at det er gratis på offentlige parkeringsplasser, i bomring, på ferge etc. Brukerne støtter dette og legger til at det bidrar til tidsbesparelse ved at de ikke trenger å ”lete” etter ledige parkeringsplasser. Deltagerne er spent på hvor lenge avgiftsreduksjonen vil vare.

### **3.1.2 Dyre biler**

Lederne synes elbiler er dyre i anskaffelse og legger spesielt vekt på at elbiler er dyrere enn bedriftens tilsvarende bensin- og dieseldrevne biler. Årsaken er høye produksjonskostnader, ifølge en leder. Likevel er de motivert til å bruke elbil, også fordi de tror på økonomiske besparelser om man ser elbilene i et større tidsperspektiv.

*”Bilene er altfor dyr - det er umoralsk dyrt egentlig”.*

Lederne tror elbiler generelt dekker bilbehovet mange har, både i forhold til jobb og fritid. De legger vekt på at prisnivået er høyt, men tror at etterspørselen vil øke etter hvert som kostnadene avtar.

*”Når prisnivået går ned, det vil måtte gjøre det. Alt for dyrt nå. Det er ikke tvil om at den vil ha dekket mitt behov for kjøring”.*

Brukerne legger vekt på at bilene er svært dyre og at bedriftene må diskutere om det er verdt å kjøpe biler som er dobbelt så dyre som tradisjonelle biler bare på grunn av miljøperspektivet. En bruker mener at bedriftene som vurderer elbil må ta økonomiske betraktninger. I et lengre perspektiv ser brukerne for seg at produksjonen av elbiler vil øke og kostnader vil avta.

*”Det blir en ny vurdering økonomisk, om det er verdt å kjøpe biler som er dobbel så dyr for den miljøbiten som du får. Så det blir bare en slik økonomisk betraktning. Nå*

*er det kanskje håp om at går produksjonen av disse bilene opp, så går kostnadene ned”*

Lederne er enige om at det er vanskelig for bilindustrien å produsere elbiler i stor skala siden etterspørselen ikke er stor nok, internasjonalt. Det medfører at produsenter venter på at etterspørselen gjør at de kan masseprodusere biler, mens kunder venter på at prisen skal gå ned slik at tilbudet tilfredsstiller de krav som de setter. Imidlertid må man starte en plass, i følge en leder.

*”Men noen må begynne en plass, og det er klart at vi alene klarer ikke å få opp produksjonen på verdensbasis”.*

Det er mange som ønsker å bidra til å øke antall elbiler på veiene og det er viktig at noen tar initiativ, i følge lederne. Deltagerne i ”Klar for elbil?” bruker ulike argumenter for sin deltagelse. En leder legger vekt på at til tross for høye investeringskostnader så vil elbil gi økonomiske besparelser i forhold til gratis parkering, gratis bomring og gratis ferge. En annen leder argumenterte for at i takt med økt etterspørsel så vil prisnivået reduseres. Skal man prøve elbil må man være forberedt på høye kostnader. En tredje leder legger vekt på at man må etterspørre mer elbil før man kan forvente at prisen på bilene går ned. Og ytterligere en leder vektlegger at investering i en eller to elbiler ikke må sees på isolert. I stedet må man se elbilen i forhold til hele bedriftens bilpark, eller i det minste i en større kontekst.

Deltagerne i ”Klar for elbil?” vektlegger at elbiler er dyre biler i anskaffelse og kan nødvendigvis ikke forsvares med et miljømessig argument. Ledere i prosjektet vektlegger at det er klar sammenheng mellom tilbud og etterspørsel og man kan ikke forvente at pris på elbiler går ned før det er større etterspørsel etter disse. Likevel argumenterer de for at deres deltagelse i prosjektet ”Klar for elbil?” er en god begynnelse der de viser vilje til å bidra.

### 3.1.3 Kostnader

Lederne legger vekt på at det er dyrt å investere i elbiler, og at det medfører økte kostnader for den enkelte deltager bedrift. De hevder at elbil i seg selv ikke er økonomisk lønnsomt, men de er avhengig av å bruke bil for å være lett tilgjengelig. Bil medfører tidsbesparelse i forhold til utførelse av primærjobb.

*”De er jo dyr i innkjøp. De er mye dyrere enn tilsvarende biler vi har. Det taler litt imot. De er alt for dyr rett og slett.*

Lederne argumenterer for at deltagende bedrifter i ”Klar for elbil?” har et godt økonomisk fundament og at de er i posisjon til å være innovatører. De vektlegger at de har langsiktig fokus og elbiler kan ikke sees på som et økonomisk anliggende gjennom regnskapsåret. I stedet må det sees i et langsiktig tidsperspektiv.

*”Vi regner ikke på hva det koster. Hadde vi gjort det, hadde vi trolig ikke hatt bil om vi skulle ha lagt det regnestykket og sagt at dette synes vi er en god ide. Bil er jo en katastrofe – det er et tapsprosjekt”*

Til tross for økte kostnader er det interessant å få erfaringer om elbil og de økte kostnadene er verdt dette, men deltagerne hevder at de er spendt på langtidskostnadene. Lederne antar at

selskapets driftskostnader vil reduseres dersom man kun tar hensyn til forbruk av elbil og ser bort fra investeringskostnadene.

*”Dette vil redusere kostnadene hvis vi ser isolert på forbruk og kjøring. Elbilen koster jo noe, men vi sparer også noe”*

De ulike selskapene planlegger forskjellig håndtering av økte kostnadene. Eksempelvis legger en leder vekt på at de skal bruke bilen mest mulig slik at hver kilometer blir billigst mulig. Det legges også vekt på at organisasjonsform bidrar til at ulike kostnader behandles ulikt hos deltagerne. En av deltagerne – et bilutleieselskap øker ikke leiepris til tross for økte kostnader for selskapet. I stedet velger de å gi kunder mulighet til å prøve elbil, en mulighet kundene ellers ikke ville hatt.

*”Vi har ikke satt pris på det ennå, men jeg tror vi vil prise den som en helt normal bil i den kategorien. Vi kategoriserer bilene i A, B, C, D osv. alt etter størrelse, brukeregenskaper osv.”*

Et selskap ønsker at elbilen skal være i bruk mest mulig og har inngått leasingavtale både for selskap og for ansatte gjennom ”Move together”. Elbilene leases av selskapet i ordinær arbeidstid, mens ansatte leaser elbilen på ettermiddag og kveldstid. Dette gjør at elbilen brukes mer siden bilene er tilgjengelig utover arbeidstiden.

*”Det etableres to leieavtaler. En med bedriften mellom kl. 8.00 og 16.00, og en med meg mellom kl. 16.00 og kl. 8.00, via separate avtaler. Det gjelder en spesiell bil som står utenfor her kl. 8.00”.*

Lederne er villige til å ta økte bilkostnader siden det bidrar til å sikre ny og unik kunnskap om bruk av elbil, ikke minst i forhold til økonomiske konsekvenser. Selskapene forventer ikke å lide store økonomiske tap, siden de velger ulike løsninger for å imøtekomme økte kostnader.

### **3.1.4 Lønnsom erfaring**

Lederne legger vekt på at til tross for at elbiler er dyre biler og medfører økte kostnader, skal bedriftens bruk av elbil bidra til å øke inntjeningen. De tar utgangspunkt i at lønnsom forretningsdrift er en forutsetning for deres virksomhet. En leder tror at elbil er fremtidens transportløsning. Deltagerne ønsker å være en del av utviklingen og ansees som innovatør på forbrukersiden i forhold til elbiler. Dessuten vil det være økonomisk lønnsomt å kjøre elbil på lang sikt, spesielt dersom man også vektlegger miljøgevinsten.

*”Det er bare å ta leasingkostnadene, driftskostnadene – bensin kontra strøm – reparasjon og vedlikehold. De påstår at elbilene er tilnærmet 0 i drift og vedlikehold. Og så er det å beregne miljøgevinsten i form av utslipp og den biten der”.*

En leder legger til grunn at bedriftene på sikt tjener penger på elbiler. Han legger vekt på at de i dag har store utlegg på bompenger, parkering og lignende. I og med at dette er ”gratis” for elbiler så antar informanten at de ”tjener” dette inn på lang sikt.

*”Når vi har regnet på økonomien så er det selvfølgelig bompenger, det er parkering – og vi bruker mye på parkering. Vi kjører korte turer i byen”.*



Lederne hevder at elbil kan bidra til mer tilfredse medarbeiderne. Generelt i samfunnet er det mye fokus på miljøperspektiver. Bedrifters engasjement i dette kan bidra til økt tilfredshet hos ansatte og gi positive økonomiske konsekvenser for bedriften.

*”Det er klart at hvis medarbeiderne synes dette er bra, de blir mer happy på jobben og har mer og snakke om og er stoltere når de går ut. Så betyr det faktisk økonomi det også”.*

Informantene er enige i at elbil på lang sikt vil være økonomisk lønnsomt for selskapene siden driftskostnadene vil reduseres. I tillegg vil tilfredshet hos ansatte og kunder bidra til positive økonomiske konsekvenser.

### **3.1.5 Personlige konsekvenser**

Lederne argumenterer for at *”Klar for elbil?”* nødvendigvis ikke er økonomisk lønnsomt, verken for bedrift eller ansatte, isolert sett. Likevel antar lederne at det er få som velger elbil på spesifikke turer fordi det er billigere enn tradisjonelle biler. I stedet antyder de at enkelte kan vurdere å velge bort tradisjonell bil til fordel for elbil. Han mener at som følge av fokus på miljøvennlige løsninger kan noen velge å gå i stedet for å bruke bil, uavhengig av om det er elbil, eller tradisjonelle biler.

*”Jeg tror faktisk at det kan være en motsatt effekt, nemlig at ”kanskje jeg skal gå i stedet”.*

Dessuten argumenterer en leder for at bedriftens overgang til elbil kan medføre personlige økonomiske konsekvenser for de som tidligere har mottatt fast kjøregodtgjørelse.

*”Halvparten av dem har fast bilgodtgjørelse for å ha bil disponibel til befarings og slike ting og at vi nå må vurdere å si opp disse avtalene med dem siden de nå får disponibel tjenestebil”.*

Lederne hevder at overgang til elbil kan ha personlige konsekvenser for enkelte brukere. De argumenterer for at de trolig blir mer bevisst på miljøperspektivet og kan vurdere å gå fremfor å benytte bil til ulike formål. Bedriftens overgang til elbil kan medføre økonomiske konsekvenser for de som tidligere har hatt fast kjøregodtgjørelse.

### **3.1.6 Mer kunnskap**

Lederne er dessuten opptatt av å skaffe seg kunnskap om og erfaring med elbiler. Dette gjelder kunnskap og kompetanse knyttet til bruk av elbil, men også i forhold til økonomiske forhold rundt bruk av elbil og de er villige til å ta den merkostnaden som leasing av elbil eventuelt medfører.

*”Ja, det er den som gjør at vi er villige til å ta merkostnaden, bare for å få erfaring”.*

En leder vektlegger at økt kunnskap vil medføre økte kostnader for bedriften. Han hevder at de ønsker denne økte kunnskapen og er derfor nødt til å akseptere økte kostnader.

### **3.1.7 Oppsummering**

Lederne og brukerne er positive til gunstig avgiftsreduksjon for elbiler, spesielt gratis parkering på offentlige parkeringsplasser, gratis bomring og ferge. Deltagerne vektlegger at dagens insitammenter, ikke vil vare når mange elbiler etter hvert ruller på vegene. Elbiler er dyre i innkjøp, men det er en sammenheng mellom tilbud og etterspørsel og deltagerne forventer at prisen vil reduseres når etterspørselen øker. Lederne vektlegger dessuten nytten av ny og unik kunnskap om bruk av elbil og forventer ikke store økonomiske tap som følge av investering i og bruk av elbil. Elbil og økt kunnskap om den, kan medføre økte kostnader for bedriften på kort sikt, men vil medføre reduserte driftskostnader på lang sikt samt positive virkninger hos ansatte gjennom økt tilfredshet. Bruk av elbil kan bidra til mer bevissthet hos brukerne i forhold til miljø.

## **3.2 MILJØ**

Deltagerne legger vekt på at miljømessige forhold er viktig for bedriftene. Flere av de deltagende bedrifter er enten Miljøfyrtårnsertifisert, eller ISO 14001 sertifisert. Øvrige bedrifter vektlegger miljømessige forhold som sentrale i deres bedriftsstrategier. Deltagerne hevder at miljømessige perspektiver i forhold til elbil er forankret i miljø som strategi, myndighetenes virkemidler, miljømessige handlinger og holdningsendringer.

### **3.2.1 Miljø som strategi**

Deltagerne i *"Klar for Elbil?"* argumenterer for at prosjektet er en del av bedriftens miljøstrategi. Selskapene fremstår som miljøfokuserte bedrifter. De er enten Miljøfyrtårnsertifisert eller ISO 14001 sertifisert (miljøsertifisering), med unntak av Nordland fylkeskommune og Bodø kommune. *"Klar for elbil?"* er derfor en sentral del av miljøprofilen deres. Bedriftene legger stor vekt på miljøperspektivet, både på ledernivå og blant brukerne i prosjektet. De vektlegger at når de er et miljøelskap er det viktig å fremstå som et, dessuten tror de det har markedsmessig verdi for bedriften. En leder hevder at det i bedriftene var stor interesse for elbiler, spesielt på grunn av selskapets miljøprofil.

*"Vi er et miljøelskap og da er det viktig at vi fremstår som det".*

En bruker argumenterer for at de er Miljøfyrtårnsertifisert og gjennom sertifiseringsordningen skal bedriften vise til forbedringer. Lav CO<sub>2</sub>-utslipp hos elbiler er et godt eksempel på bedriftens reduksjon av CO<sub>2</sub>-utslipp i forhold til tradisjonelle biler.

*"Men utover det så er vi også blitt Miljøfyrtårn sertifisert og har miljø som fokus. Når vi er Miljøfyrtårn så skal du ha noe å rapportere, noen forbedringer".*

En annen bruker vektlegger at deres ISO-sertifisering er viktig å følge og at de forventer at elbil skal være førstevalg dersom brukere trenger bil for å utføre arbeidsoppgaver. Bedriftens intensjon er å gjøre en innsats for miljøet og setter miljøperspektivet høyt. Bedriftens transportvirksomhet er det området der bedriften forurenser mest, derfor er det naturlig å se etter miljøvennlig transportalternativer ved valg av bil.

*"Selvfølgelig kom den miljøbølgen, vi gjorde mange andre ting rundt miljø. Vi ISO sertifiserte oss og gjorde noen skikkelige ting rundt miljø".*

Nordland fylkeskommune og Bodø kommune har gjennom politiske prosesser vedtatt at de skal vurdere antatt miljøvennlige løsninger. Begge gir uttrykk for at de deltar i prosjektet på grunn av deres miljøprofil. I tillegg gir kommunen uttrykk for at de gjennom sin deltagelse i prosjektet gir støtte til forskning på miljøvennlige transportløsninger.

*”Vi har et bystyrevedtak som sier at vi skal i alle fall ikke være passiv i forhold til den utviklingen som skjer”.*

Nordland fylkeskommune har på intervju tidspunkt ikke fått sin elbil og er derfor litt usikker i forhold til bruk av elbil. De legger imidlertid vekt på at når brukerne ser at bilen er miljøvennlig så vil interessen øke.

*”Så er det at vi er et miljøfylke. Vi har en miljøprofil så det var derfor vi valgte dette. Det var ikke noe annen grunn”.*

Lederne legger vekt på at det er viktig for bedrifter å ha fokus på miljøet. De legger til grunn at ansvar overfor miljøet er forankret i bedrifters samfunnsansvar. De hevder spesielt at bedrifter har ansvar overfor samfunnet og herigjennom inngår ansvaret for miljøet. En leder mener dessuten at miljø ikke kan måles økonomisk, det ligger i bedriftenes samfunnsansvar.

*”Ja, men jeg ser på oss som en miljøvennlig bedrift, men jeg føler at vi har et visst samfunnsansvar med det vi holder på med. Alt dette veier opp”.*

En bruker hevder dessuten at miljøsertifisering etterspørres i anbudssammenhenger. Bedriftens miljøprofil er derfor viktig. Bedriftens fokus på miljø og sertifisering gir bedriften konkurransefortrinn. En bruker argumenterer imidlertid for at miljøperspektivet er viktig, men det må holdes opp mot hva som er bedriftsøkonomisk lønnsomt. Det kan være vanskelig siden det å tallfeste verdier kan være svært vanskelig.

*”Det miljøbudskapet som vi går ut med så tror vi det har en verdi for oss. En markedsmessig verdi som vi kommer til å få igjen for – før eller senere”.*

Deltagerne hevder at bedriftenes miljøstrategi har vært viktig for deltagelse i prosjektet. Bedriftene er miljøbedrifter og ønsker å fremstå som dette i tillegg til at fokus på miljø er viktig. Miljøperspektivet kan dessuten være et viktig konkurransefortrinn.

### **3.2.2 Myndighetenes virkemidler**

Myndighetene har lagt til rette for elektrifisering av veitransporten gjennom ulike økonomiske virkemidler. Blant annet bortfall av engangsavgifter, moms fritak, redusert årsavgift samt en del driftsfordeler som fritak for avgift på ferger, bomring og offentlige parkeringsplasser. I tillegg er det økte kjøregodtgjørelser på biler med lavutslipp av CO<sub>2</sub>. En leder tror at slike virkemidler, spesielt økt kjøregodtgjørelse kan bidra til at flere velger elbil eller andre miljøvennlige transportløsninger.

*”Ja, det gjør de, men om de har en bil som bruker/ slipper ut mindre enn 120 gram CO<sub>2</sub> per km så får de 4,50. De får 1 krone mer, for å stimulere til bruk av biler med mindre CO<sub>2</sub>, eller mer miljøvennlig”.*

Myndighetenes virkemidler virker positivt for bruk av elbil og er et godt insitament for å øke andelen av elbiler når de gir større kilometergodtgjørelse for biler som slipper ut mindre CO<sub>2</sub>.

### **3.2.3 Miljømessige handlinger**

Ledere uttrykker at de gjennom prosjektet *"Klar for elbil?"* ønsker å formidle miljøansvar og engasjement. Flere av deltagende bedrifter gir uttrykk for at de har hatt grundige miljøgjennomganger der konklusjonen er at selskapenes transportløsning er vesentlig bidragsyter i forhold til selskapets CO<sub>2</sub>-utslipp. De har derfor valgt elbiler som alternativ transportløsning siden elbiler bidrar med langt mindre CO<sub>2</sub>-utslipp enn tradisjonelle biler. En leder hevder at målet er 80 % redusert CO<sub>2</sub>-utslipp på transportene deres. Han argumenterer for at de trenger flere elbiler for å nå målsettingen, og at *"Klar for elbil?"* er et pilotprosjekt for selskapet.

*"Vi har store forventninger til at det vi har tenkt med elbilen skal være mulig å få til. Altså at vi kan redusere transportutslippene våre med 80 %. De 8 bilene som kommer nå er en pilot hos oss".*

En leder legger vekt på at fokus på miljøvennlig transportløsninger inngår i bedriftens miljøstrategi, og er et område som de ønsker å gjøre noe med. Bedriftens transporter er det området selskapet forurenses mest. Lederen argumenterer for at elbil bare er én del av arbeidet med å gjøre bedriftens transporter mer miljøvennlige. Lignende tiltak har selskapet gjort på flyreiser. Han argumenterer for at hele miljøopsatsingen ikke er økonomiske basert, men en del av et helhetsperspektiv. En leder argumenterer for at miljøperspektivet er en kontinuerlig prosess der de legger vekt på å ta i bruk nye teknologier.

*"Det syntes vi var veldig interessant. Samtidig som vi jobbet kontinuerlig med å få vår bilflåte over på miljøvennlig drift. Det være seg diesalbiler eller bensinbiler med lavere utslipp og mindre motor og sånne ting, eller ta i bruk nye teknologier".*

Brukerne argumenterer for at bruk av elbil reduserer CO<sub>2</sub>-utslipp betraktelig. En bruker argumenterer for at elbilen skal erstatte mye av privatbilens funksjoner hos dem og det innebærer mange kilometer som tidligere har vært kjørt på bensin- eller dieseldrevne biler.

*"Forbruksmessig vil det redusere utslippene betraktelig med å bruke den bilen i stedet... Men de vil erstatte bruken av privatbil. Så for meg blir det mange kilometer i året".*

Deltagerne legger vekt på at det miljømessige perspektivet knyttet til deres deltagelse i prosjektet omhandler atferd som reduserer bedriftens CO<sub>2</sub>-utslipp. Elbil er derfor et godt alternativ for bedriftene og erstatter mye av selskapenes privatbilbruk.

### **3.2.4 Holdningsendringer**

Mye tyder på holdningsendringer i forhold til miljøperspektivet i samfunnet, men lederne ser det spesielt i egne bedrifter. Eksempelvis viser en leder til deres ISO-sertifisering som har vært positivt mottatt. Han argumenterer for at dette kan skyldes at de har hatt stort fokus på miljøspørsmål, gitt mye informasjon, holdt kurs og lignende for ansatte gjennom hele prosessen. Introduksjon og implementering av elbil i bedriften har vært behandlet på tilsvarende måte og har blitt godt mottatt blant ansatte.

*”Vi er blitt miljøbevisst og det har vært en holdningsendring over tid og vi har en masse ting vi gjør som vi ikke er forpliktet til. Vi promoterer Energi Star produkter som er energibesparende it produkter. Internt har vi bestemt at det skal være slike produkter og vi prøver å oppfordre kunden til miljøfokus. Så vårt miljøfokus er i alle ledd egentlig”.*

En leder hever at ansatte viser til holdningsendring i forhold til biler. Tidligere var elbiler små biler eller mopeder som var ladbare, disse ble ikke ansett som ordentlige biler, verken i forhold til sikkerhet eller som transportløsning.

*”Think og Buddy så ut som et akebrett”.*

Mange myter henger ved disse, men mange er overrasket over at elbilene er ordentlige biler, og lederen ser at holdninger til elbiler er mer positiv. Tidligere var motorytelse på biler sentralt, mens i dag er brukere i langt større grad opptatt av hvor mye CO<sub>2</sub> en bil slipper ut. Miljøperspektivet er viktigere for mange, både i forhold til holdninger, men også gjennom handlinger. En bruker tror at elbiler kommer for fullt i tiden fremover og at biler som er bensin- eller dieseldrevet vil forsvinne om relativt kort tid.

*”Det er på tur å avvikles, bensinmotorene”.*

Deltagerne legger vekt på at holdningsendringer har bidratt til at ansatte er positive til bedriftens fokus på miljø. Kunnskap og informasjon har vært viktige faktorer. Deltagerne har stort fokus på bilers CO<sub>2</sub>-utslipp og antar at miljøvennlige transportløsninger vil tvinge seg frem.

### **3.2.5 Oppsummering**

Bedriftene er bevisste i forhold til miljøspørsmål og dette har vært viktig for deres deltagelse i prosjektet *”Klar for elbil?”*. Deltagerne argumenterer for at de ønsker å fremstå som miljøbevisste, blant annet siden det kan gi dem konkurransefortrinn. Myndighetenes avgiftspolitik for elbiler er gode insitament for å velge elbil fremfor tradisjonelle biler. Deltagerne ønsker å velge transportløsninger som reduserer deres CO<sub>2</sub>-utslipp. Holdningsendinger har bidratt til at ansatte er positive til miljøvennlige løsninger.

## **3.3 TREND**

Deltagende bedrifter legger vekt på at de har fokus på å være innovatører der de er i forkant av ulike nyheter, trender, og lignende. De legger vekt på at bedriftene er positive og opptatt av ny teknologi, nye produkter og løsninger som gjør bedriften interessant å jobbe i, der medarbeiderne kan utvikle og påvirke nye forhold. Deres deltagelse i prosjektet *”Klar for elbil?”* er forankret i ønske om å være i forkant og være trendy, som kan bidra til økt tilfredshet hos ansatte.

### **3.3.1 Være i forkant**

Bedriftene som deltar i prosjektet argumenterer for at deres bedrift ønsker å være i ”front” i forhold til nye teknologiske løsninger, produkter eller metoder Deres deltagelse i *”Klar for*

*elbil?*” ser de på som en del av dette. De ønsker å være innovatører og foregangsbedrifter der de tar i bruk nye produkter eller metoder.

*”Vi ønsker å være en foregangsbedrift i de forhold der det går an”.*

Lederne argumenterer for at deltagelsen i prosjektet er at de ønsker å være i forkant på nye transportløsninger. De ønsker å være med, slik at også deres erfaringer rundt bruk av elbil kan benyttes av andre. En leder legger vekt på at elbil er ugunstig for deres transportbehov, men de trenger og ønsker likevel å teste elbiler for å høste erfaringer på elektriske biler når dette kommer på større biler.

*”Større biler, ja. Lastebiler. Og jeg vet, det testes stadig ut nye ting, og vi ønsker å være foran, eller å være med på det som skjer”.*

Brukere legger vekt på at de ønsker å være foregangsbedrift i de tilfeller det lar seg gjøre. De argumenterer for at de gjerne er med på nye løsninger, teknologisk eller metodisk.

En leder legger vekt på at deres virksomhet har fokus på miljøet og de ønsker å være i forkant av miljøvennlige løsninger. Dette gjelder generelt i deres bedrift der bruk av biler er en sentral miljøfaktor for selskapet. Derfor ser selskapet etter alternativer som gjør at de kan benytte biler som forurensner mindre.

En bruker legger vekt på at de ser frem til utviklingen av elbiler eller andre miljøvennlige transportløsninger. De ser spesielt frem til at det kommer mer miljøvennlige varebiler eller lastebiler. Brukeren legger vekt på at de nødvendigvis ikke skal være først, men det er moro å være i front når ny teknologi utvikles.

*Om ikke vi er først med el, så ønsker vi å være med å få det til. Så får vi se om det kommer andre typer av biler i tida som kommer”.*

Deltagerne legger vekt på at de ønsker å delta og være i forkant av nye teknologiske løsninger og metoder. Deltagerne hevder at deltagelse i prosjektet *”Klar for elbil?”* er interessant siden det er nytt og uprøvd for dem.

### **3.3.2 Oppsummering**

Bedriftene som deltar i prosjektet *”Klar for elbil?”* uttrykker tilfredshet ved deltagelse. De argumenterer for at de ønsker å være trendy og være foregangsbedrifter med hensyn til nye løsninger, teknologisk og metodisk.

## **REFERANSER**

Bazeley, P. (2007). *Qualitative data analysis with NVivo*. Sage, Los Angeles.

Bodø Energi. (2008). *Bodø Energi Annual Report*,

Eisenhardt, K. M. (1989). Building Theories From Case Study Research. *Academy of Management. The Academy of Management Review*, 14 (4), s. 532.

Flick, U. (2005). *An introduction to qualitative research* (2nd utg.). Sage, London.

Halvorsen, K. (1993). *Å forske på samfunnet : en innføring i samfunnsvitenskapelig metode* (3. utg. utg.). Bedriftsøkonomens forl., Oslo.

Samferdselsdepartementet. (2009). *Handlingsplan for elektrifisering av veitransport*.

**Handelshøgskolen i Bodø (HHB)** ble etablert i 1985 under navnet Siviløkonomutdanningen i Bodø, og er en av tre handelshøgskoler i Norge. HHB tilbyr en rekke utdanninger på bachelor, master og PhD nivå, og forskning innen en rekke områder. Ved HHB er det totalt ca. 1000 studenter og om lag 80 ansatte.

**Senter for Innovasjon og Bedriftsøkonomi AS** ble etablert i 2004, og utfører utrednings- og forskningsoppdrag innenfor HHBs fagområder. Senteret er samlokalisert med HHB.

---

**Bodø Graduate School of Business** was established in 1985 and is one of three business schools in Norway. Located in Bodø, Northern Norway, we offer various business courses, research, post-graduate training and business development. Today, HHB has approximately 80 academic positions and roughly 1,000 students distributed across bachelor-, master- and PhD programs

**Centre for Innovation and Economics** was established in 2004, and carries out research projects within the same research areas as Bodø Graduate School of Business. The centre is located together with Bodø Graduate School of Business.

Handelshøgskolen i Bodø | 8049 Bodø  
Tlf. 75 51 72 00 | [hnb@hibo.no](mailto:hnb@hibo.no) - [www.hnb.no](http://www.hnb.no)  
[www.hibo.no/SIB](http://www.hibo.no/SIB)

  
Handelshøgskolen  
i Bodø