

Laddinfrastruktur och elbilar - en del av den hållbara turismutvecklingen?

Fallstudier av Åre och Östersund

Sara Lindahl

Laddinfrastruktur och elbilar – en del av den hållbara turismutvecklingen?

© Sara Lindahl, 2016-02-19

Printed by Mid Sweden University, Sundsvall

ISBN: 978-91-88025-63-0

Faculty of Human Sciences

Mid Sweden University, 831 25 Östersund

Phone: +46 (0)10 142 80 00

Report series 2016:2

Förord

Föreliggande rapport har tillkommit inom projektet "Laddinfrastruktur för elfordon längs Green Highway – en del av framtidens smarta elnät och hållbara transporter". Projektet finansieras av Energimyndigheten och bedrivs i samarbete med Jämtkraft Elnät AB och Sundsvall Elnät AB under åren 2014-2015. Ansvarig forskare för projektet är Fil. dr Kristina Zampoukos, Avdelningen för turismvetenskap och geografi, Mittuniversitetet.

Det övergripande syftet med projektet är att underlätta mötet mellan elfordon, elfordonsförare och laddinfrastruktur. Mittuniversitetet är en part i projektet. Läs mer om projektet här: <http://www.miun.se/forskning/forskningscentra/etour/etour---forskning/projekt/laddinfrastruktur-for-elfordon-langs-green-highway-> .

Tidigare forskning visar att innovationer får olika genomslag och användning beroende på strukturella och individuella förutsättningar. Projektet ska studera hur elbilar och laddinfrastruktur tas emot av samhällsaktörer, organisationer och företag samt av enskilda användare i såväl tätort som glesbygd. Forskningen kommer att bidra till att identifiera utmaningar och möjligheter när det gäller att åstadkomma en hållbar utveckling baserat på miljövänliga transportalternativ såsom elfordon.

Föreliggande rapport studerar vilken inställning olika turistföretag har gällande införandet av elfordon och laddinfrastruktur. Studien fokuserar även på vilka behov, omvärldsfaktorer och resurser som kan ligga bakom beslutet om att förvalta elinfrastruktur eller inte.

Ett stort tack till Kristina Zampoukos som varit till stor hjälp i utförandet av rapporten och som stöttat mig under hela perioden. Jag vill också tacka mina kollegor på Mittuniversitetet Sandra Wall-Reinius, som även läst och kommenterat slutmanus, Dimitri Ioannides samt Fredrik Olausson. Fredrik förtjänar ett särskilt tack eftersom han även genomfört en av intervjuerna som ligger till grund för rapporten. Sist vill jag även rikta ett stort tack till de informanter som ställt upp för intervjuer.

Sara Lindahl, Östersund i december 2015.

Sammanfattning

Denna rapport handlar om elbilar och laddinfrastruktur kopplat till hållbar turism. Hållbar turism utgör en central teoretisk infallsvinkel i föreliggande rapport, men hållbar turism utgör även en mer konkret företeelse och konkurrensfördel för turistföretagen, då fler och fler konsumenter efterfrågar miljövänliga alternativ. En stor del av ett hållbart arbete kopplas till transporter och minskningen av koldioxidutsläpp. Transport är en förutsättning för turism och även om det finns mer miljövänliga alternativ så som tåg, är bilen det primära transportalternativet för att nå fjälldestinationerna.

Sveriges regering har lagt fram ett beslut om att Sverige ska vara klimatneutralt år 2050 och har en vision om en fossiloberoende fordonsflotta 2030. Det innebär att den svenska fordonsparken till viss del bör elektrifieras och att antalet eldrivna bilar på de svenska vägarna måste öka. Ofta förlitar man sig helt på den tekniska utvecklingen och statens inblandning. Men det finns också förändringar som måste ske i samhället, så som förändringar i attityder och värderingar. Attityd- och beteendeförändringar är en stor utmaning för att kunna bekämpa klimatförändringarna och för att minska koldioxidutsläppen men samtidigt som det finns en ökad förståelse för hållbar utveckling, kan det vara svårt att förändra ett beteende.

I denna studie undersöks därför vilken inställning turistföretagare har gällande elbilar och elbilsinfrastruktur. Vilka behov som ligger bakom ett miljöarbete samt vilka faktorer som kommer att påverka valet mellan att investera i laddinfrastruktur eller inte. Intervjuer har genomförts med verksamma inom turismnäringen i Jämtland. Studien visar att det fortfarande finns ett svagt förtroende för olika politiska instanser och att viss kunskap saknas, både vad gäller tekniken i sig, men också om och hur elektriska bilar kommer att påverka företagaren på lång sikt.

Innehåll

Introduktion	4
Syfte, frågeställningar och metod.....	5
Disposition	6
Fallstudie Åre och Östersund	7
Östersund	7
Åre	7
Teoretiska utgångspunkter	9
Turism och klimatförändringar	9
Teknisk utveckling.....	9
Attityder och beteenden.....	11
Politiska faktorer	12
Empirisk studie.....	14
Synen på hållbarhet hos turismaktörer.....	14
Slitningar i ansvarsfrågan	16
Omvärldsfaktorer påverkar aktörerna.....	19
Avslutande diskussion	23
Olika faktorer kommer påverka utvecklingen.....	23
Behovet hos de olika turismföretagen.....	23
Resurser	24
Omvärldsfaktorer påverkar också	25
Käll- och litteraturförteckning	27
Bilaga.....	31
Intervjumaterial.....	31

Introduktion

En del av fordonskorridoren mellan Trondheim och Sundsvall sträcker sig efter E14 och förbi Åre och Östersund. Turismen är en basnäring som årligen genererar en hög omsättning och en hög andel besökare i området (JHT, 2015-03-12), men på grund av det geografiska läget är bil det primära transportalternativet, något som långsiktigt kan påverka miljön negativt.

Samtidigt som Jämtland, inklusive Åre och Östersund, är beroende av bilen som transportmedel för att bedriva turism, har Sveriges regering beslutat att Sverige ska vara klimatneutralt 2050 och har en vision om en fossiloberoende fordonsflotta 2030. För att förhindra fortsatta klimatförändringar är det, som en del i arbetet, nödvändigt att reducera utsläppen av koldioxid. En möjlighet för att nå detta mål och att reducera utsläppen är elektrifiering av fordonsparken och införandet av rena elbilar eller laddhybrider. Elektrifiering av fordonsparken innebär däremot att nya krav ställs på en välfungerande laddinfrastruktur (Svensk Energi, 2014-11-25).

Det krävs dock mer än bara en utvecklad teknik och laddinfrastruktur för att stabilisera utsläppen. Det måste också ske en förändring i attityder och beteenden (Chapman, 2007). Ofta är attityderna till hållbar turism positiva, men det har visat sig att endast ett fåtal turister agerar därefter. Ozaki & Sevastyanova (2011) menar också att sociala hinder kan innebära ett lika stort problem som tekniska, i utvecklingen av elbilar och elbilsinfrastruktur. Enligt Anable & Gatersleben (2005) beror turistens val av resor på individuella värderingar och attityder kring bland annat flexibilitet och bekvämlighet – en frihetskänsla. Många turister väljer därför bilen för att tillgodose sina egna individuella värderingar, vilket kan speglas i valet mellan miljövänliga alternativ eller inte. Enligt Budenau (2007) är det viktigt att fler anammar effektivare transportlösningar eller minskar sitt reseavstånd, å andra sidan ses det som viktigt att näringen och olika myndigheter ger sitt stöd genom att exempelvis lansera demonstrationsprojekt och genom att själva agera förebilder.

Med den bakgrunden är det därför av intresse att identifiera vilken inställning turismföretagare efter Green Highway har gällande införandet av elfordon och laddinfrastruktur. I denna rapport diskuterar jag bland annat hur turismföretagare ställer sig till frågan om hållbar turismutveckling och frågan om vem som bör bedriva elbilsinfrastrukturen. Jag undersöker värderingar och attityder kring elbilen som ett möjligt transportalternativ i turismnäringen. I teoriavsnittet diskuterar jag attityder och beteenden, både utifrån den enskilde konsumenten, och utifrån turismaktörer. Avslutningsvis kommer jag även diskutera tekniska utmaningar och möjligheter i hållbar turismutveckling kopplat till elbilar och elbilsinfrastruktur.

Syfte, frågeställningar och metod

Det övergripande syftet är att identifiera turismföretagarnas inställning beträffande elbilar och laddinfrastruktur. Syftet är också att undersöka vilka behov som ligger bakom en eventuell infrastruktursatsning, samt vilka faktorer som påverkar.

Rapporten har utgått från följande frågeställningar;

- Vilken inställning har turismföretagare efter Green highway gällande eldrivna fordon?
- Vilka utmaningar och möjligheter upplever turismföretagarna att de möter vid frågan om att investera i och förvalta laddinfrastruktur?

Det empiriska avsnittet i denna studie bygger på kvalitativa intervjuer. De intervjufrågor som använts har varit semistrukturerade, vilket medför att det finns möjlighet att ställa följdfrågor under tiden som intervjun pågår. För den här rapportens syfte har fem intervjuer genomförts med olika turismföretagare under 2014 och 2015. Urvalet av informanter har gjorts utifrån geografiskt läge, samt utifrån verksamheter med ett turistiskt syfte och där det funnits potentiella besökare/kunder som efterfrågar laddinfrastruktur. Fokus i frågorna har inte legat på de rent tekniska delarna av elbilens utveckling, utan snarare på mjuka värden, värderingar och attityder. Intervjuerna har antingen gjorts på plats hos informanten eller via telefon och har tagit mellan 40 minuter och en timme.

De metodproblem som jag har mött under den tid som arbetet pågått har varit kopplade till svårigheten att få tag på informanter på grund av säsongsproblematik som finns i området. Detta problem förknippas med företag inom turismnäringen som under året har intensiva perioder, till exempel vintersäsongen i Åre. Flera tillfrågade verksamheter har vid studiens genomförande genomgått ägarbyten och förändringar i ledande positioner vilket också resulterat i svårigheter att kontakta rätt person. Förhoppningen var att även inkludera orten Storlien, på gränsen mellan Sverige och Norge, som ur ett undersökningsperspektiv och ett strategiskt geografiskt läge efter Green Highway medfört en intressant vinkel i studien. Tyvärr har informanterna i Storlien inte haft möjlighet/valt att inte ställa upp på intervju i denna undersökning, vilket även här främst kan kopplas till utmaningen att kontakta små företag, med få anställda och där tiden intervjun kommer att ta utgör ett problem. Utöver dessa intervjuer genomfördes även sex intervjuer med bland annat representanter från länsstyrelse, kommuner och fastighetsbolag. Dessa har emellertid inte inkluderats i föreliggande rapport, som uteslutande fokuserar på turismföretagens värderingar och attityder till laddinfrastruktur och elbilar.

Kopplingen mellan turism och laddinfrastruktur utgör även ett glapp i den forskning som tidigare presenterats och i denna studie utgår jag därmed från teorier som snarare hanterar frågan om hållbar turism, hållbar destinationsutveckling samt hållbara transporter, än kopplingen elbil, laddinfrastruktur och turism.

Disposition

Rapporten disponeras på följande vis: Efter denna genomgång av syfte och bakgrund följer en genomgång av den litteratur som kopplar samman hållbar turism, hållbar destinationsutveckling samt hållbara transporter. De teoretiska utgångspunkterna följs sedan av en redovisning av det empiriska material som samlats in genom intervjuer. Avslutningsvis presenteras resultatet genom en sammanfattande modell och koppling mellan denna och det material som samlats in.

Fallstudie Åre och Östersund

En del av fordonskorridoren mellan Trondheim och Sundsvall sträcker sig genom Jämtlands län. Länet är stort och innefattar landskapen Jämtland och Härjedalen. Folkmängden i förhållande till storleken bidrar följaktligen till att länet har en mer spridd bebyggelsestruktur än övriga landet och trots att länet har haft en viss tendens till avbefolkning, så pekar de senaste åren på en stabilisering av befolkningsutvecklingen, främst efter sträckan mellan Östersund och Åre (Länstransportplan 2014 – 2025 för Jämtlands län, 2015-11-25).

Östersund

Jämtlands län bildades 1810 och Östersund blev i anknytning till det residensstad. Nu bor cirka 126 000 människor i Jämtland, varav cirka 59 000 i Östersund (SCB, 2015-04-16). Östersund är den enda staden i länet och är knutpunkten mellan E45 och E14. Länets geografiska läge och storlek resulterar emellertid i att flera länsbor har kortare avstånd till tätorter och regioncentra i andra län, än Östersund. Östersund ligger, trots sitt läge, dock förhållandevis lättillgängligt till. Åre-Östersund Airport ligger i nära anslutning till Östersund och det finns en regelbunden tågförbindelse mellan Trondheim i Norge och Sundsvall och Stockholm. Stråket mellan Trondheim, Östersund och Sundsvall har länge varit en viktig transportled och för Östersund är både Sundsvall och gränskommunen Tröndelag, i Norge, viktiga marknadsplatser och därifrån de flesta turisterna kommer (Östersunds kommun, 2015-04-16).

Sedan staten år 2004 beslutade att lägga ner stadens regementen har Östersunds näringsliv genomgått en betydande strukturomvandling. Idag är Östersunds centralort ett viktigt handelscentrum för hela regionen (JHT, 2015-03-12) och näringslivet består till stor del av små och medelstora företag i ett flertal olika branscher, men där tjänsteproduktionen tycks vara den mest framträdande. Det visar sig också genom turismindustrin, som utgör en stor del av näringslivet. Turism har länge spelat en viktig roll i kommunen och sammanlagt räknar man med att det blir närmare 350 000 kommersiella gästnätter per år, utan att då räkna in de besökare som bor hos släkt och vänner (Östersunds kommun, 2015-04-16). De flesta besökarna kommer från Sverige, Norge, Tyskland och Holland.

Åre

Åre är en egen kommun med 10500 invånare, spridda över ett upptagningsområde, från Storlienområdet i sydväst till norra Kallbygden (SCB, 2015-04-16). Åre kommun ligger i västra Jämtland och har sedan lång tid tillbaka, i och med E14 som passerar genom

kommunen, fungerat som en naturlig kommunikationsled mellan Sverige och Norge via antingen bil- eller järnväg. Det finns även två närliggande flygplatser, en i Vaernes på den Norska sidan och en i Östersund. Detta har resulterat i att allt fler besökare från Sverige reser till kommunen samt att fler internationella gäster, genom bättre kommunikationer, kan nå Åre. Möjligheten att resa med tåg och flyg finns, men dessa är fortfarande inte det primära transportalternativet. Om gästen kommer med flyg krävs biltransport resterande väg till Åre by, och om besökaren anländer med tåg, krävs det någon typ av biltransport för att röra sig inom destinationen Åre.

Under 2000-talet har Åre kommun haft en positiv befolkningsutveckling och enligt befolkningsprognoser kommer befolkningen att öka ytterligare. Större delen av befolkningen bor längs E14, Järpen och Åre by. I Åre by uppgår befolkningen till cirka 1 500 personer, en siffra som under vintersäsongen stiger ytterligare. In- och utflyttningen sker främst från resten av landet (Jämtland ej inräknat), vilket delvis kan kopplas till den höga andelen säsongsarbeten som finns i kommunen (Åre kommun, 2015-04-05). Besöksnäringens betydande roll i Åre kommuns näringsliv är också grunden till den positiva utveckling som kommunen har haft de senaste 20 åren.

Besöksnäringen har en dominerande roll i Åre kommuns näringsliv och många av småföretagen finns inom tjänstesektorn så som turismindustrin (Visit Åre, 2015-04-16). Nyföretagandet är stort och antalet sysselsatta inom den privata sektorn, ligger över rikssnittet. Det gör även antalet kvinnliga företagare, vilket till en stor del kan kopplas till turismnäringen (Årekommun, 2015-04-12). Den expansiva besöksnäringen resulterar även i en ökning av andra sektorer så som verksamheter inom bygg- och restaurangbranschen. En stor del av den kommunala planeringen berör också turistiska satsningar i form av boenden och infrastruktur (Visit Åre, 2015-04-16). I denna rapport ligger vidare fokus på Åre by, snarare än Åre kommun.

Efter denna inledande beskrivning av de områden som studerats ska vi nu gå vidare till den teoretiska bakgrunden, vilket kommer behandla frågan om faktorer som kan påverka både konsumenten och turismaktören i frågan om hållbar turism.

Teoretiska utgångspunkter

Turism och klimatförändringar

Sedan slutet på 1930- talet, med bilen och semesternas genombrott, har resorna ökat och övergått från tåg till bil och senare flyg. Turism förknippas ofta med positiva värden så som ekonomiska spridningseffekter och skapandet av arbetstillfällen (Europeiska Kommissionen, 2015-10-12). Turism kan dock även bidra till olika negativa konsekvenser och påverka oss i olika omfattning genom bland annat nedskräpning, trafikstockningar samt vatten- och luftföroreningar, och har även blivit en stor bidragande orsak till den globala uppvärmningen (UNWTO, 2015-11-27).

Fler resor har samtidigt gjort resenären mer medveten om dess ekologiska fotavtryck, och en ökad oro för klimatförändringar kopplat till människans användning av fossila bränslen har under de senaste åren blivit allt mer påtaglig och har således även påverkat utvecklingen av bland annat bilar och arbetet med förnyelsebar energi (Bramwell & Lane, 2012; Scott & Becken, 2010). Men trots att det skapats ett flertal åtgärder för att minska bilanvändningen inom turism- och fritidsresor, både på politisk nivå likväl som hos näringslivet, är turismen otvivelaktigt mindre hållbar än någonsin (Gössling, 2009; Gössling & Hall, 2009; Hall, 2011a; Peeters & Landre', 2011). Attityder, värderingar och motivation av förändring kan innebära lika mycket av ett problem som teknisk utveckling. Attityder till miljö och elbilar måste därmed också uppmärksammas för att kunna utveckla marknaden inom detta område. Konsumenternas acceptans är nämligen enligt Ozaki & Sevastyanova (2011), avgörande för fortsatt framgång för en hållbar transportsektor.

Teknisk utveckling

Under de senaste två decennierna har frågan om klimatet och särskilt klimatförändringar seglat upp som en viktig fråga för utvecklingen av turismen (Saarinen, 2014). Den nuvarande utvecklingen i transportbranschen är inte hållbar på lång sikt och enligt Scott et al., (2008) tyder det på att koldioxidutsläppen enbart från turismen kommer att öka med ca 135 % till 2035, jämfört med 2005.

Bilen är, tillsammans med flyget och godstransporter på väg, en av de stora grunderna till koldioxidutsläppen (Chapman, 2007) och det finns en förhoppning om att en teknologisk utveckling i transportsektorn kommer att avlägsna problemet. Tekniska förändringar har en allt större roll när det gäller just utsläpp, och en bil som tillverkas idag släpper ut mindre koldioxid och föroreningar än en bil som tillverkats för ett årtionde sedan. Det utvecklas även bilar och bränslen som inte påverkar miljön alls, eller väldigt lite. Sammantaget går det

att säga att det krävs förbättrad teknik på kort sikt, och helt ny teknik såsom elektrifiering av fordonsparken på en långsiktig basis. Ingen enskild teknik kommer dock att kunna tillfredsställa alla transportbehov (Jørgensen, 2008; Magnusson & Berggren, 2011).

Bilen och dess utsläpp är en viktig komponent i miljöfrågan (Rothengatter, 2010) och även om ett antal åtgärder vidtagits från politisk sida för att minska bilanvändandet, genom till exempel främjandet av järnvägstransporter (Cooper et al, 2008 & Albalade & Bel, 2010) så innebär turism ett resande som är svårt att undvika. Med mer miljövänliga transportmedel som exempelvis eldrivna fordon, skulle det däremot gå att begränsa dessa utsläpp till en viss del.

Alternativ som elbilar och laddhybrider är en väg att gå för att reducera utsläppen, men förutom tekniken för bilen krävs en utveckling av laddinfrastruktur. Elfordon är i behov energi uteslutande från elektriska batterier som kan laddas med en plugg genom ett eluttag, vilket i rena elbilar innebär ett nollutsläpp av avgaser om elen produceras på ett hållbart sätt. Enligt Steinhilber et al., (2013) går dock åsikterna isär om hur mycket laddinfrastruktur som bör vara tillgänglig för allmänheten. En studie gjord i Tyskland visar att regeringen för närvarande inte stödjer investeringar i infrastruktur i stor skala, men däremot i olika test- och demonstrationsprojekt. Vidare betyder det att olika demonstrationsprojekt kommer att ge viktiga resultat om hur elfordon används i verkliga livet, och hur mycket elinfrastruktur som verkligen behövs. Steinhilber et al., (2013) påpekar dock att regeringarna strategiskt bör stödja denna industri, även om det inte är direkt lönsamt. Som enskild aktör, i bland annat turismbranschen, är det nämligen svårt att påverka utvecklingen av elbilar och elbilsinfrastruktur då utveckling och drift i normala fall ligger under andra verksamhetsområden, något som därmed kan påverka aktörens val i att vara delaktig. Utöver själva elbilsinfrastrukturen finns det hinder som är svåra att möta, som utvecklingen inom batteriteknik, räckvidd och tid för laddning.

Enligt Egbue och Long (2012) måste också allmänhetens attityder och preferenser för elfordon beaktas för att elbilsutvecklingen ska gå framåt. Konsumenternas acceptans är avgörande för en fortsatt framgång för en hållbar transportsektor. Det krävs alltså mer än bara en utvecklad teknik för att stabilisera utsläppen, utan det krävs också en förändring i sociala frågor, som attityder och beteenden, både från den politiska sidan, företag, men också hos den individuella bilföraren (Chapman, 2007). Men samtidigt som det finns en växande förståelse för miljövänlig turism, är det svårt att helt förändra ett beteende.

Attityder och beteenden

Tidigare forskning visar att attityden kring hållbar turism ofta är positiv, men att endast ett fåtal turister agerar därefter och således väljer ansvarsfulla produkter. Enligt Budenau (2007) är en av de stora utmaningarna för att nå framgång inom hållbar turism, engagemang och attityder hos besökarna likväl som hos turismaktörerna. Helst kan en hållbar turismkonsumtion innebära att fler anammar effektivare transportlösningar eller genom att minska längden på sina resor. Å andra sidan ses det som viktigt att näringen och olika myndigheter ger sitt stöd genom att exempelvis förespråka och öka medvetenheten och turistens deltagande genom initiativ som syftar till att utveckla hållbara alternativ. Att förändra ett turistbeteende är inte något som går att genomföra direkt utan är långsam process för både turistindustrin och myndigheter.

Turistens val av resor beror också på individuella värderingar som flexibilitet, bekvämlighet och känslan av en stressfri miljö (Anable & Gatersleben, 2005). Dessutom är valet av transport till och från destinationen snarare ett resultat av tiden det tar att resa, än längden dit. Utifrån dessa kriterier är det enskilt mest önskvärda transportmedlet för turister, bilen (Europeiska kommissionen, 2015-10-12). Många väljer alltså bilen för att tillgodose sina egna behov.

Gallagher och Muehlegger (2011) menar att sociala preferenser och värderingar kring miljöfrågan är en avgörande faktor för konsumenten som köper en eldriven bil. Vidare anser de även att dessa värderingar bidrar till en ökad försäljning av eldrivna fordon, snarare än genom stigande oljepriser och ekonomiska incitament. Den grupp av "early adopters" eller "tidiga användare" som tidigt accepterar innovationer, har ofta positiva attityder till nyheter och kommer sannolikt att införa ny teknik i sin vardag och miljövärden är effektiva incitament för de som vill påverka miljön positivt (Oliver & Rosen, 2010). Å andra sidan kan det vara svårt att ta till sig en ny innovation. Forskning visar att några vanliga hinder för mottaganden av ny teknik, ofta är brist på kunskap (Diamond, 2009) och där vissa individer kan vara obekväma med den tekniska utvecklingen och osäkerheten det medför (Edison & Geissler, 2003). Oliver och Rosen (2010) menar också att konsumenternas acceptering av eldrivna fordon begränsas dels på grund av upplevda risker med nya produkter och dels avvägningar mellan fordonets bränsleeffektivitet, storlek och pris.

Faktorer som hindrar folk från att köpa miljövänliga produkter beror ofta på individernas brist på medvetenhet och förmåga att förstå konsekvenserna av sina handlingar (Shove & Warde, 2002; Mont, 2004). Individuella val bestäms också av externa aspekter som rör tillgängligheten av mer miljövänliga varor och tjänster (Demeritt, 2005; Yan & Barkmann, et

al., 2006). Externa hinder är dock starkare än intern kunskap och motivationen för att förändra ett beteende (Kaiser et al, 1999; Tanner & Kaiser., et al., 2004).

En annan viktig begränsande faktor hos både företagaren och turisten är ekonomiska resurser. Valet av semesterresa är en stor händelse för ett hushåll, och räknas som en av de mest kostsamma. Det innebär, hos resenären, ofta en analys av alternativ av pris, service, kvalitet och tid, innan resan genomförs. Detta kan således utmana motivationen till att välja ett miljövänligt alternativ (Swarbrooke & Horner, 2001). Det påverkar även turismföretagaren när det kommer till motivation och efterfrågan. Miljön spelar också ofta en avgörande roll i valet av turistdestination och i förlängningen för turistdestinationens konkurrenskraft (Dwyer & Kim, 2003; Riganti & Nijkamp, 2008). När det gäller ekonomiska fördelar är individer mer benägna att välja alternativ som maximerar nyttan baserat på deras värderingar, kunskap om alternativ och ekonomi. Budenau (2007) bedömer också att folk har olika skäl för sina val, utifrån individens vanor och personliga preferenser. Konflikter sker därmed mellan motiv för turistens val och miljöalternativ som har potential att hindra ett turistbeteende som är hållbart ur miljösynpunkt. Från turismföretagarnas sida kan det sedermera vara svårt att som enskilda, privata aktörer bedriva projekt som rör miljön i större sammanhang på grund av exempelvis kostnader och tid. Turistföretag är ofta privatägda och småskaliga, och har inte möjlighet att ta dessa kostnader som direkt kommer att påverka deras ekonomi (Bramwell, 2011).

Politiska faktorer

Utöver attityder och värderingar hos besökaren påverkas utvecklingen av elbilar och elbilinfrasektur av aspekter som är svårare att direkt påverka för turismaktören. De aktörer som är relevanta för hållbar turism återfinns normalt bland offentliga och privata verksamheter. De inkluderar också individer och allmänheten som bor i destinationens närhet, samt turister som besöker dessa områden. Det krävs ett samarbete och en samordning mellan aktörer från olika sektorer och politiskt administrativa nivåer, som i vissa fall kan resultera i en osäkerhet kring vem som bär det övergripande ansvaret (Bramwell, 2011).

Att samarbeta mellan många sektorer och nivåer, där aktörerna kan representera olika intressen i till exempel planering och miljöskydd, är en utmaning (Bramwell, 2011). Hall (2011b) konstaterar till exempel hur hållbarhet och miljöproblem ofta korsar geografiska gränser och åtgärder inom till exempel hållbarhetsproblem kan variera mellan globala och lokala intressen (Bramwell & Lane, 2011). Det som tydligt går att se är emellertid att destinationer som vill främja hållbar turism har större chans att bli framgångsrika när det

finns en effektiv styrning och främst genom goda verktyg för samordning (Butler, 2010). I praktiken finns det dock tydliga svårigheter som kan hindra en effektiv styrning för hållbar turism (Bramwell, 2011). Utöver samarbetsfrågan så kan det gälla regler som spänner över skiftande politiska nivåer, såsom bland annat planering för transportfrågor och regional utveckling.

Normalt tas de flesta beslut inom turistnäringen med utgångspunkt av privata initiativ, och i praktiken finns det oftast gränser för i vilken utsträckning staten och andra myndigheter faktiskt kommer att påverka (Bramwell, 2011). Under de senaste 30 åren har ett flertal länder uppvisat ett minskat politiskt inflytande. Det går att se att offentliga myndigheter och statliga instanser har haft ett minskat grepp om allmänhetens förtroende och engagemang (Bramwell, 2011). Trots dessa trender, kan man inte helt räkna bort statens inblandning i frågor som rör detta område (Newman & Clarke, 2009). I själva verket finns det en risk för att man underskattar statens fortsatta betydelse inom turismen. Ett fortsatt inflytande kan förekomma, till exempel genom att prioritera samordning mellan nya organisationer och partnerskap. Vidare kan staten erbjuda möjligheter som underlättar utvecklingen, genom till exempel incitament för att ändra sitt beteende för att främja en hållbar utveckling, eller att helt enkelt ställa krav på olika aktörer. Det kan vara direkta incitament av olika slag, eller övergripande finanspolitik och deras indirekta effekter på turismsektorn.

Avslutningsvis så tyder alltså detta på att betydelsen av ett aktivt deltagande från berörda parter är stor. Det kan till exempel vara företagare inom turism, politiker och representanter från kommunen som med fördel kan samarbeta för att åstadkomma en hållbar turismutveckling (Clark et. al, 2013). Dessa aktörer påverkar turismens utveckling på olika sätt, så som turismens utbud och efterfrågan på destinationen samt hanteringen av turismens utveckling i området. Clark et. al (2013) anser också att det är ett svårt problem att lösa, men hävdar att den mest framträdande potentiella lösningen, är samordning mellan alla berörda parter.

Empirisk studie

Synen på hållbarhet hos turismaktörer

Destinationschefen på Skistar Åre (2015) anser att hållbarhet bör delas i tre delar; miljö, ekonomi och social hållbarhet. Bolaget är börsnoterat och har vissa krav på sig när det kommer till bland annat hållbarhetsfrågor. Miljöprofilering diskuteras också, men kommuniceras däremot inte i någon större utsträckning och bolaget vill därmed inte kalla sig ett "miljöföretag" utåt. Istället ligger fokus på det interna arbetet samt viss uppmaning till gästen att se över sin användning av till exempel vatten och el.

När det kommer till energi bedömer destinationschefen på Skistar Åre (2015) att deras verksamhet enbart har en liten miljöpåverkan inom området och att den påverkan som sker enbart är under kortare perioder under året, till exempel genom snötillverkning. Målsättningen är ändå att bedriva en miljöanpassad verksamhet med så låg energiförbrukning som möjligt. För att uppnå detta arbetar verksamheten metodiskt med att kartlägga och utreda energianvändningen samt att implementera detta i verksamheten, både till medarbetare och ut till gäst. Energivinsterna kommer att vara en avgörande konkurrensfördel i alla de tre aspekterna i framtiden, menar destinationschefen på Skistar Åre (2015).

Vidare menar informanten att det är relativt lätt att se och motverka onödig miljöpåverkan i sin egen verksamhet, men att det däremot är en större utmaning att ta fullt ansvar över gästens resa då verksamheten inte äger några egna transporter. Trots detta försöker man föra en dialog med till exempel tågbolag för att möta gästens efterfrågan och för att visa att alternativ till flyg och bil finns. Flyg måste däremot fortfarande vara ett transportalternativ för, i första hand, internationella gäster som är en viktig grupp besökare i området. Merparten turister reser dock med bil till Åre och det beror inte enbart på bekvämlighet utan är också en ekonomisk fråga, anser destinationschefen på Skistar Åre (2015).

"Så länge bilen är det billigaste transportalternativet kommer folk att välja bilen. Från Stockholm till Åre kostar det runt 1000-1500kr/bil. Det är vad en tågbiljett kostar per person tur och retur med tåget, och då blir det snabbt väldigt dyrt för en familj på fyra personer.

Destinationschefen, Skistar Åre, 2015.

Även hotelldirektören på hotellet Copperhill Mountain Lodge i Åre (2015) anser att arbetet för hållbar turism, vilken inkluderar transporter, är en viktig aspekt att tillämpa i de olika fjällbyarna i områden kring Åre. Åre är en ort där bil används ofta och mycket och framförallt till kortare sträckor inom destinationen. Utmaningen är därför att kunna minska bilanvändandet helt i och kring destinationen och det är också något som hotellet arbetar för på flera plan. Det görs kontinuerliga mätningar på antalet gäster som ankommer med bil, flyg och andra transportmedel. Hotelldirektören på Copperhill Mountain Lodge (2015) tror dock att bilen även fortsättningsvis kommer att vara det främsta transportalternativet i Åre, varför de i verksamheten aktivt också arbetar med att främja tåget, men också möjligheten att kunna använda elbil, både inom destinationen likväl som under resan dit. Av den anledningen har hotellet valt att själva investera i och förvalta en laddstolpe.

"Det är viktigt att kunna erbjuda tjänsten att kunna ladda en elbil, även om efterfrågan idag inte är jättestor."

Hotelldirektören, Copperhill Mountain Lodge, 2015.

Generalsekreteraren på Svenska Turistföreningen (2014) framhåller också att turismen per definition bidrar till resande, och att möjligheterna att påverka detta resande är begränsat. Ser man till Svenska Turistföreningens verksamhet i Jämtland, ligger anläggningarna geografiskt spridda och är mer eller mindre, beroende av biltransporter. Valet av bil som det primära transportalternativet är också något som tydligt går att se hos gästerna, menar informanten. Det finns ändå en förhoppning om att kunna marknadsföra och förpacka resor till sina anläggningar ur en mer miljösmart vinkel. Där ingår bland annat att anläggningarna ska ha någon typ av laddstolpe att erbjuda sina gäster. Däremot finns det inte någon direkt uttalad strategi kring laddinfrastruktur och hur denna utveckling ska se ut i den miljöprofilering som Svenska Turistföreningen har.

Vidare menar generalsekreteraren på Svenska Turistföreningen (2014) att laddinfrastruktur kommer att bli viktigt inom den närmsta framtiden. De gäster som reser från Stockholm till Jämtland kan idag både flyga och åka tåg men sista sträckan fram till slutdestinationen kommer däremot oundvikligt att ske med bil, taxi eller buss. För att förhindra den onödiga användningen av vanliga konventionella bilar ser informanten att ett alternativ vore att kunna hyra elbilar i Östersund eller Åre för att gästen sedan ska kunna ta sig vidare till fjällområdena i hela Jämtland med minsta möjliga miljöpåverkan.

En intervju har även genomförts med vd:n på hotellen; Scandic och Gamla teatern i Östersund och Holiday Club i Åre (2015) som även de aktivt arbetar med miljöfrågan. Vinsterna med ett miljöarbete är främst ur ett ekonomiskt perspektiv där de kan hålla kostnaderna nere på lång sikt och även om själva arbetet att göra en miljöprofilering kostar

stora summor pengar, ser verksamheten det som en investering och som något de kan räkna hem i framtiden.

Även Taxi Östersund AB (2014) arbetar med att identifiera och bedöma sin egen miljöpåverkan. Arbetet med miljöprofilering är även här av ekonomisk karaktär. Krav ställs på ett miljöarbete under olika upphandlingar, samt från kunder som efterfrågar miljöcertifiering, miljöarbete och miljöprofilering (Vd:n, Taxi Östersund AB, 2014), vilket på lång sikt ses som en konkurrensfördel. Diskussionen kring elbilar och laddinfrastruktur följs och vd:n på Taxi Östersund AB (2014) ställer sig positiv till att vara en del av olika projekt för främjandet av elbilsanvändning. I dagsläget saknas dock kunskap och information för att skapa ett välbetänkt beslutsunderlag i frågan, vilket är ett stort orosmoment. Problematiken med elbilar inom taxibolag ligger främst i räckvidden, menar vd:n på Taxi Östersund AB (2014). Bolagets fordonsflotta kör i genomsnitt 17,000 mil per år/fordon, vilket är tio gånger så mycket som en konventionell personbil. Taxibilarna rullar tvåskift, ibland även treskift och distanserna är ofta mycket långa. Taxibolaget eftersträvar också att inneha en homogen fordonsflotta för att enklare hantera beställningar. Det innebär såklart svårigheter med att använda exempelvis elbilar som främst kan vara i tätorter där laddinfrastrukturen finns.

Bolaget ser att deras verksamhet ska bedrivas på ett miljövänligt sätt, men det finns, utöver räckvidden, ett antal begränsande faktorer. Det visar sig finnas en osäkerhet kring elbilens kapacitet i minusgrader och storlek. Vd:n på Taxi Östersund AB (2014) menar också att gapet mellan forskning, utveckling och utförande är för stort och att det därmed saknas återkoppling till näringen på ett naturligt sätt. Forskningen är ofta för otillgänglig och teoretisk för att ta del av, bedömer informanten¹.

Slitningar i ansvarsfrågan

Flera av de tillfrågade informanterna märker av en viss efterfrågan från gäster och kunder och ser därför också att det blir mer naturligt att planera för en förbättrad elbilsinfrastruktur. Aktörerna som utgör det empiriska materialet i denna rapport har däremot olika uppfattningar om var ansvaret kring utvecklingen av elbilsinfrastruktur bör ligga och kring vem som ska driva denna fråga framåt.

Destinationschefen på Skistar Åre (2015) tror att efterfrågan på elbilsinfrastruktur till en stor del beror på Åres strategiska läge efter Green Highway. Informanten påpekar också, att även

¹ Det ska dock påpekas att Taxi Östersund AB, sedan intervjun genomfördes, har köpt in en Tesla för att testa denna i sin verksamhet. Detta följer jag upp längre fram i rapporten på s. 22-23.

medarbetarna i dess verksamhet, efterfrågar elbilar och laddningsmöjligheter, både för privat bruk och i form av tjänstebilar, vilket kopplas till den fjällmiljö som Åre är belägen i.

"De som efterfrågar laddningsmöjligheter är ofta vana med ren/frisk miljö och värnar om naturen. De är här för skidor och oroar sig över ett varmare klimat och vill därför bidra med vad de kan för att förbättra miljön."

Destinationschefen, Skistar Åre, 2015.

Vd:n på Taxi Östersund AB (2014) ställer sig också positiv till utvecklingen och ser att de som verksamhet kan stödja detta genom att medverka i olika projekt för att ta fram nya beslutsunderlag, vilka kan främja förnyelsebara drivmedel inom taxiverksamheten. Vidare ser informanten att de som enskilt företag kan vara med i utvecklingen genom att satsa marknadsföringspengar på att investera i en laddstolpe på parkeringsplatserna vid kontoren, vilket till en stor del handlar om att skapa "goodwill" mot medarbetare och besökare/kunder, snarare än att skapa ekonomiska vinster.

Destinationschefen på Skistar Åre (2015) tror dock inte att någon större utveckling kommer att ske utan stora ordentliga grepp från statligt håll. Även vd:n på Taxi Östersund AB (2014) menar att det först och främst är under statliga instanser som utvecklingen med elbilsinfrastrukturen bör finnas. Dessutom ser informanten att även medborgaren har ett ansvar, vilket är att se till att det är politiker som tar beslut för att skapa förutsättningar för laddinfrastruktur.

Vidare ligger ett ansvar hos kommuner och landsting genom att föregå med gott exempel, och dels genom att skapa tydliga riktlinjer om hur miljöarbete ska värderas. Dock anser vd:n på Taxi Östersund AB (2014) att ett miljöarbete inte får begränsa det vardagliga arbetet, det vill säga att det medför alldeles för strikta restriktioner som kommer att utgöra ett hinder snarare än att underlätta. Informanten menar också att det behöver finnas tydligare och bättre incitament än vad det gör idag, men att dessa incitament inte nödvändigtvis behöver vara olika typer av bidrag, utan istället enklare regler och ekonomiska styrsystem.

Vd:n på Holiday club, Scandic och Gamla teatern (2015) ser att ansvaret bör ligga hos de som kan göra affärer på detta, som kraftbolag och vanliga bensinmackar, då ekonomiska aspekter är den största bidragande orsaken till att investera i liknande projekt. Informanten ser dock också att det finns ett eget ansvar hos den enskilda individen då det är miljön som påverkas, men att vi i Sverige inte kan göra tillräckligt på egen hand och att det kräver större krafttag även ur ett globalt perspektiv.

På hotellet Copperhill Mountain Lodge i Åre är efterfrågan idag inte heller direkt påtaglig, men det går att se en ökning under högsäsong främst bland norrmän och svenskar, menar hotelldirektören på Copperhill Mountain Lodge (2015). Det är också något informanten är övertygad om kommer förändras då även infrastrukturen blir bättre, i form av bättre tillgång till laddstationer. Utifrån den efterfrågan som finns idag, anser hotelldirektören på Copperhill Mountain Lodge (2015), att en laddstolpe inte är en stor konkurrensfördel men att det är något som kommer att bli viktigt i framtiden. Man ser möjligheter i att erbjuda gästerna någonting utöver bara boendet. Vidare ser hotelldirektören på Copperhill Mountain Lodge (2015) att då deras verksamhet, i sin form, inte kan bistå med exempelvis ny teknik, så kan de istället främja denna utveckling genom att erbjuda sin arbetstid i olika projekt för hållbar turism – något som de också gör regelbundet.

Hotelldirektören på Copperhill Mountain Lodge (2015) bedömer också att elbilsförarna själva ofta har en väldigt positiv syn på elbilen. De vanliga problemen som prestanda och laddningsmöjligheter är dock fortfarande en osäkerhet och så länge det inte finns någon infrastruktur kommer det också påverka antalet personer som investerar i en elbil eller i elbilsinfrastrukturen, resonerar informanten. Vidare ser informanten att det krävs bättre kunskap och attitydförändringar, snarare än ny teknik, för att överbygga dessa utmaningar. Likt vd:n på Scandic, Gamla teatern och Holiday Club (2015) och destinationschefen på Skistar Åre (2015) ställer sig även hotelldirektören på Copperhill Mountain Lodge (2015) sig frågande kring hur bilförsäljarnas inställning till att sälja elbilar ser ut? Vart ska egentligen attitydförändringarna börja?

Samtidigt som vissa av informanterna ser att ansvaret ligger hos statliga instanser, eller hos de som tjänar pengar på dessa, ser generalsekreteraren på Svenska Turistföreningen (2014) att de som enskild aktör kan driva denna fråga genom att främja förnyelsebara drivmedel. Det går att göra genom att upplysa både medarbetare och gäster om deras belastning från olika val av transportmedel. Som nästa steg är det att kunna ge gästen information om mer miljösmarta alternativ, vilket kräver att kommunikationen mellan gäst och företagare förbättras. Gästerna är ofta miljömedvetna, har kunskapen om deras påverkan och efterfrågar därmed miljövänliga alternativ så som kläder, mat och kan grunderna i hur man komposterar. Många gånger finns också en viss medvetenhet kring transport men är ett område som idag ligger långt bakom kunskapen om kompostering och klädval, menar generalsekreteraren på Svenska Turistföreningen (2014). Anläggningar hos Svenska Turistföreningen är franchise och där har vissa anläggningar, på egna initiativ, valt att placera någon typ av laddstolpe i anknytning till verksamheten. Förhoppningen är att alla anläggningar inom de närmsta åren ska kunna erbjuda sina gäster möjlighet att ladda bilen och även om efterfrågan idag inte är direkt påtaglig, är det viktigt att vara med i

utvecklingen för att möta en potentiellt ökad efterfrågan, resonerar generalsekreteraren på Svenska Turistföreningen (2014).

Vd:n på Holiday club, Scandic och Gamla teatern (2015) ser däremot inte någon direkt efterfrågan på hållbara transporter hos gästerna, varken för deras resa till och från hotellet eller vetskapen om hur hotellets transporter ser ut. Med den insikten i bakgrunden läggs inte heller stora resurser på området. Verksamheten har trots det satt upp laddstolpar på Holiday Club i Åre, men som vid intervjutillfället är oanvända. Vidare anser vd:n på de tre hotellen att deras gäster ofta har rest långa sträckor och därmed inte är målgruppen som kommer med elbilar. Det visar sig trots det att de få som använder laddstationen främst kommer från områden kring Mälardalen samt Norge och har en genomsnittlig resa på 50-60 mil.

Vd:n på Holiday club, Scandic och Gamla teatern (2015) tror inte heller att skidturismen för in elbilen märkbart i trafiken. Trots det, bör det enligt informanten, finnas laddstationer i regionen, men vilka nödvändigtvis inte behöver vara i direkt anknytning till hotellen. Laddstationer bör istället placeras så att föraren inte behöver leta, på en central plats, en parkeringsficka, parkeringsgarage, i anknytning till affär/butik eller som en vanlig motorvärmastolpe. Generalsekreteraren på Svenska Turistföreningen (2014) anser också att deras anläggningar inte har ett behov av snabbladdare utan menar att normalladdare är fullt tillräckliga. Övergripande är det också aktuellt att placera stolpar där gäster kan ladda sin elbil under tiden de är på tur i fjällen, åker skidor eller besöker staden Östersund.

Omvärldsfaktorer påverkar aktörerna

Omvärldsfaktorer så som politiska incitament, teknisk utveckling och efterfrågan skapar alla olika förutsättningar för att vara med i utvecklingen i elbilsinfrastrukturfrågan. Alla informanter ser problemet ur ett geografiskt perspektiv, där Jämtland kan ses som glesbefolkat och där sträckor mellan olika orter är långa. Många vill bidra till en hållbar miljö, men upplever att de möter utmaningar som kan kopplas till elbilens kapacitet och en osäkerhet kring huruvida en ren elbil går att använda i de norra delarna av Sverige

Det är för tidigt ute. Men det kommer ju bli bättre. Jag tror på den där branschen, men den kommer dröja."

Vd:n, Scandic Östersund, Gamla Teatern & Holiday club, 2015

Citatet ovan speglar en gemensam bild över attityden och uppfattningen kring elbilar och laddinfrastruktur hos informanterna. Samhället är till en viss del redo men bilarna och laddinfrastrukturen är inte tillräckligt utvecklade. Det krävs bättre räckvidd, driftsäkerhet

och bättre pris på produkterna, menar vd:n på Holiday club, Scandic och Gamla teatern (2015).

Vd:n på Taxi Östersund AB (2014) anser också att räckvidden tillsammans med storleken på bilen måste utvecklas innan det går att bedriva taxiverksamhet på dessa. Rent generellt handlar det också om en viss förändring i samhället för att våga förnya fordonsflottan inom taxibranschen.

"Utvecklingen som måste ske i samhället handlar till stor del om huruvida samhället är beredd att betala mer för sin taxiresa."

Vd:n, Taxi Östersund AB, 2014.

Som taxibolag är det viktigt att kunna räkna hem investeringar, vilket idag inte är möjligt om elbilen tas i drift, och även om viljan från taxiverksamheter finns, saknas det möjligheter i praktiken. Bolagets marknadsområde är Jämtlands län där Östersund är centralort i en annars relativt glesbebyggd region.

Taxi räknas som en viktig del av länets infrastruktur, men utan en välfungerande elbilsinfrastruktur är det inte heller möjligt att bedriva verksamheten enbart på el.

Vd:n, Taxi Östersund AB, 2014.

Även destinationschefen på Skistar Åre (2015) ser att ekonomin är den främsta utmaningen i att investera och förvalta elbilsinfrastruktur. Utöver ekonomin påverkas de även av orosmoment hos potentiella besökare med elbil, gällande räckvidden. På lokal nivå är det, som tidigare nämnts, svårt för bolaget i sig att påverka turistens val av transport till och från Åre. Däremot finns potentialer att förbättra gästens möjligheter att röra sig inom destinationen på ett mer hållbart sätt, genom exempelvis liftnära boende, bussar och möjligheten att ladda en elbil. För en sådan utveckling krävs det dock mer samarbete mellan privata och offentliga aktörer som till exempel Länsstyrelsen och kommunen, menar destinationschefen på Skistar Åre (2015). Vidare menar informanten att fler laddstolpar är en nödvändighet och att det krävs mer utbildning i miljö, hållbarhet och elbilars möjligheter på lång sikt för att frågan ska kunna drivas längre.

Hotelldirektören på Copperhill Mountain Lodge (2015) anser att engagemang finns, men ser också att pengar för att bedriva detta saknas. Ofta sker denna utvecklingsfråga också i någon form av projekt, vilket innebär att finansieringen är mer eller mindre projektstyrd. Ett problem som då uppkommer är att olika förväntningar inte kan realiseras på grund av att det saknas ekonomiska möjligheter. Hotelldirektören på Copperhill Mountain Lodge (2015)

vittnar också om att informationsspridning och transparens i projektet är viktiga aspekter både för att företagen ska få insyn, men också för att de ska kunna påverka och känna sig delaktiga. Ofta står koncernen som helhet bakom initiativ som detta, men eftersom detta sker på en högre nivå är det inte säkert att det blir direkta anslag till just hotellet som informanten bedriver. Det gör att finansieringen av laddstationerna blir osäker och så också frågan om investeringsmöjligheter.

Det kan vara svårt för enskilda företag att dra det stora lasset och det rör sig istället om att innefatta hela destinationer. Många företag på en ort som Åre är inte lönsamma i den bemärkelsen att de kan sätta upp en egen laddstation och små företag har enbart möjlighet att investera i laddinfrastruktur genom engagemang, menar hotelldirektören på Copperhill Mountain Lodge i Åre (2015). Ofta finns det redan där, men det är inte helt enkelt att implementera detta i verkligheten. Det kan både vara ekonomiskt och tidsmässigt svårt och för att undvika att liknande projekt kommer att stagnera och där inblandade personer tappar intresse i projektet, menar hotelldirektören på Copperhill Mountain Lodge (2015) att det bör finnas fler gemensamma projekt, genom både stora och små, egna initiativ, för att laddinfrastruktur ska utvecklas på hela destinationen. Hotelldirektören vid Copperhill Mountain Lodge (2015) ser också att en turistskatt skulle kunna vara en väg att gå för att mindre verksamheter också ska kunna ta del av utvecklingen och för att hela området ska bli långsiktigt hållbart.

Ser man istället till Svenska Turistföreningens verksamhet, där de flesta anläggningarna är franchise och initiativen för att upprätta laddstolpar i första hand ligger på lokal nivå, är det också en fråga om attityd och värdering hos den enskilda aktören. Dock är det många gånger också de personer som finns på lokal nivå som inser värdet i en sådan investering och som därför också på egna initiativ tar upp frågan kring laddinfrastruktur, menar generalsekreteraren på Svenska Turistföreningen (2014).

Generalsekreteraren på Svenska Turistföreningen (2014) bedömer också att deras medlemmar i regel ofta har en god inkomst och bor i storstäder i Mälardalen. Deras medlemmar är övergripande väldigt hållbarhetsfokuserade och efterfrågar ofta miljöcertifieringar samt klimatsmarta val av boenden. När det kommer till elbilar och laddinfrastruktur kan deras besökare därmed utgöra en grupp människor som i praktiken skulle kunna ha möjligheten att införskaffa en elbil, då de möjligtvis har både ekonomin och kunskapen om dessa. I dagsläget är det dock få eller inga laddstolpar uppsatta vid anläggningarna, men det finns en förhoppning om att sätta upp laddstolpar på alla anläggningar för att möta den lilla efterfrågan som finns. Bortsett från det egna ansvaret, är statliga styrmedel en viktig faktor för framgång, menar informanten. De skatter som idag

finns på vanliga konventionella bilar bör ses över och det måste bli bättre subventioner och styrmedel. Att förbättra dessa delar kan enligt generalsekreteraren på Svenska Turistföreningen (2014) bidra till ett incitament för att införskaffa en elbil och således påverka aktörens initiativtagande, en teori som även destinationschefen på Skistar Åre (2015) stödjer.

Enligt vd:n på Taxi Östersund AB (2014) bör det vidare också undersökas vilken typ av miljöbil som lämpar sig bäst i regionen. Informanten menar att det finns ett flertal olika typer, och att vision 2030, att det ska finnas en fossiloberoende transportflotta, inte bara kan uppfyllas genom att implementera elbilar i det svenska samhället. Det krävs även att andra miljövänliga transporter främjas, så som tåg och buss.

Efter den första intervjun med vd:n på Taxi Östersund AB (2014) genomfördes ytterligare en konversation via mejl med vd:n på Taxi Östersund AB under hösten 2015, där det framgår att taxibolaget trots allt tagit en elbil i drift. Bilen är en Tesla och körs på försök under kontinuerlig utvärdering. Efter att sett över sina miljökrav och utvärderat statistik och tidigare erfarenheter såg bolaget ett behov av att bygga upp egen kunskap kring detta. Tidigare har bolaget haft miljövänliga fordon som nästan uteslutande varit biogas. På grund av begränsade möjligheter att tanka biogas (det finns endast en tankstation i Östersund) så växte intresset för att även prova el för att möta sina egna miljökrav. Bilen är tänkt att gå utan särbehandling i trafikledningen, vilket förväntas bli en stor utmaning då bilarna går upp mot 17 000 mil per år och ska klara långa köruppdrag, varav ofta i många minusgrader (Mailkonversation med vd:n på Taxi Östersund AB, 2015-11-25).

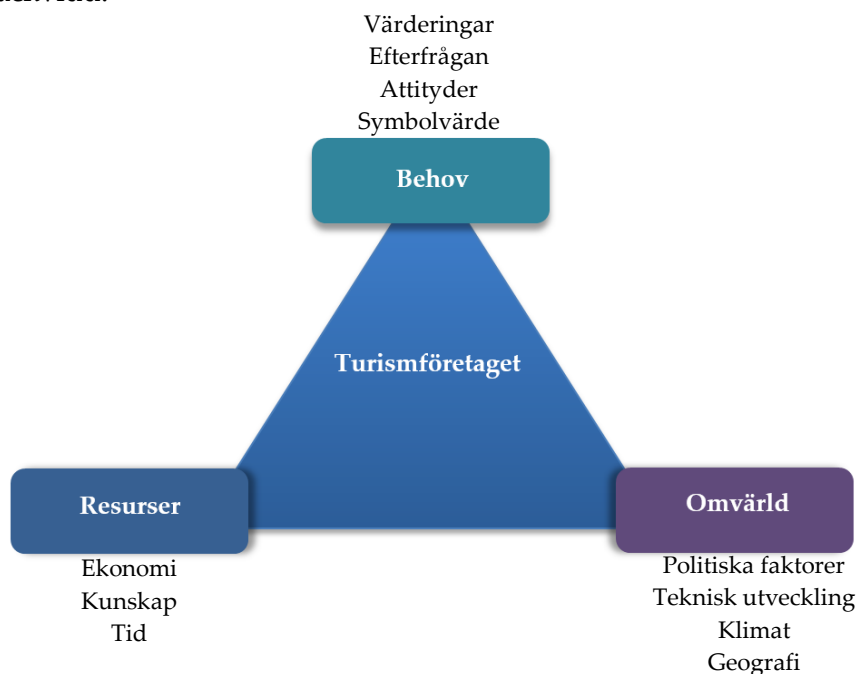
“Jag hoppas självklart att försöken ska resultera i att vi kan göra ytterligare investeringar i elfordon. En ytterligare orsak till att vi gör detta är att det ska sätta press på att få ytterligare snabbbladdningar i första hand på Flygplatsen samt i länets norra del.”

Vd:n, Taxi Östersund AB, 2015.

Avslutande diskussion

Olika faktorer kommer påverka utvecklingen

Efter att denna studie genomförts och analyserats visar det sig att varje enskild verksamhet till en stor del påverkas av de tre faktorerna; resurser, omvärld och verksamhetens behov, när det kommer till att investera i och förvalta ett miljövänligt transportalternativ så som elbilsinfrastruktur. Utifrån den vetenskapen har figur 1. nedan skapats för att tydliggöra dessa faktorer. De tre aspekterna kan både främja och begränsa utvecklingen beroende på vilka förutsättningar som finns. Våra värderingar och attityder styr våra behov. Det behovet utgörs av de attityder och värderingar som förekommer i verksamheten likväl som den efterfrågan som kanske leder till en viss attitydförändring. Det kan också finnas ett symbolvärde i att möta den efterfrågan som finns. Många gånger är en av de stora utmaningar som företagarna möter kopplat till vilka resurser det finns, ekonomiska förutsättningar och möjligheten att ekonomiskt investera i olika projekt. En annan utmaning är tiden, vilken ofta är en oviss fråga och som ofta hör ihop med kunskap. Vad innebär en investering och hur påverkar det företaget både på kort och lång sikt? Den sista faktorn är hur omvärlden kommer att påverka företaget. Det kan till exempel vara politiska, tekniska och geografiska faktorer eller genom förändringar i klimatet. Dessa faktorer kan företaget inte direkt påverka, vilket till exempel kan vara den tekniska utvecklingen av elbilens batteri och elbilens räckvidd.



Figur 1: Faktorer som påverkar turismföretaget i valet att investera i och förvalta elbilsinfrastruktur.

Behovet hos de olika turismföretagen

Generellt går det att säga att attityden till miljöarbete, elbilar och elbilsinfrastruktur hos de olika turismföretagen i denna studie är positiv, om än i olika grad. Målsättningen är ofta att bedriva en miljöanpassad verksamhet, men bakgrunden till detta skiljer sig åt. Det kan bero på allt från hur stor efterfrågan man mött, både från besökare och internt i verksamheten, likväl som egna värderingar och personliga preferenser. Ofta finns det också ett symbolvärde som påverkar företaget, ett värde som snarare handlar om att skapa goodwill än att skapa ekonomiska vinster. Det finns också en inställning om att problemet är större än så här, och att regionen och enskilda företag inte kan göra tillräckligt själva, utan att utmaningen snarare är av världsomfattande karaktär. De företag som ligger till grund för denna rapport ser ändå att ett miljöarbete är en viktig konkurrensfördel på lång sikt och något som de gärna arbetar mot för att möta en hållbar turismutveckling.

Företagen verkar bli mer miljömedvetna samtidigt som konsumenter kräver detta mer och mer. Men även om det är lätt för företagen att påverka sina egna värderingar och sin egen miljöpåverkan, är det däremot inte helt enkelt att ta fullt ansvar över gästens/kundens resa och vanor. En stor del av detta kopplas till utmaningen att som företag ligga i en region med långa avstånd till större städer och där gästen/kunden mer eller mindre är beroende av bilen. Åsikterna om huruvida elbilsinfrastruktur kommer att bidra till ett mer miljövänligt resande inom turism ser också ut att skilja sig åt mellan informanterna. Å ena sidan ser man att det finns möjligheter att erbjuda gäster något utöver den vanliga verksamheten och att man vill bidra till en hållbar utveckling, å andra sidan är efterfrågan för liten för att det i dagsläget ska gå att se några vinster i att äga och förvalta elbilsinfrastruktur.

Det går också att se slitningar i ansvarsfrågan, och om ansvaret att bedriva elinfrastruktur bör ligga hos de enskilda aktörerna eller hos de som gör ekonomiska vinster kring detta. Andra ser att detta bör ligga under statliga instanser och kommunala verksamheter. Överlag verkar företagen vara osäker i kring vems ansvar det är och vad som krävs av varje enskild aktör, vilket också ser ut att medföra svårigheter att ta del av utvecklingen inom detta område.

Resurser

Även om positiva värderingar och attityder kring hållbar turism ser ut att genomsyra de olika företagen så möter de ofta utmaningar i fråga om tid, ekonomi och kunskap. Den ekonomiska investeringen är den främsta utmaningen då turismföretag ofta speglas av mindre, privata verksamheter, som sällan har ekonomin för att investera i något som är svårt

att räkna hem ekonomiskt. Man ser också att det är svårt att se den egentliga efterfrågan från besökare/kunder och därmed saknas ett viktigt incitament.

Det finns också en osäkerhet i hur tekniken kommer att påverka verksamheten, hur efterfrågan kommer att se ut och om det är nödvändigt att vara en del av utvecklingen i det här området. Mycket av detta kan kopplas till avsaknad av information och viss kunskap i miljö, hållbarhet och elbilars möjligheter. Företagarna efterfrågar mer samarbeten mellan privata och offentliga aktörer och tydligare riktlinjer, som kan öka kunskapen inom området och också tydliggöra vems ansvar arbetet ligger under. Det bör även finnas fler demonstrationsprojekt som ligger till grund för andra att ta efter. Frågan är då vem som kommer att leda projekt inom detta.

Många gånger sker liknande handlingar i olika demonstrationsprojekt från till exempel kommunal nivå, vilket kan vara gynnsamt för företag som annars inte har tid eller ekonomi. Däremot ser aktörerna ofta att information stannar på en viss nivå i olika projektet, vilket medför att näringen till en viss del förblir utan insyn i frågan. Ofta kan projekt också ta allt för lång tid, vilket gör att många intressenter tröttnar. Det är därför inte helt oväntat att flera av informanterna ser att deras egna initiativ är lika viktiga för utvecklingen än att enbart förlita sig på kommunala, regionala och statliga verksamheter, något som även Steinhilber et al., (2013) bekräftar. I och med att ekonomin är en stor utmaning och att företagarna inte heller kan påverka faktorer som teknik, så ser informanterna istället möjligheter i att bidra genom engagemang, som till exempel att ändå gå in i olika demonstrationsprojekt eller genom att vidarebefordra, den ibland begränsade kunskap som finns, till besökare/kunder och medarbetare.

Omvärldsfaktorer påverkar också

Utöver faktorer som företagen kan påverka finns det en del omvärldsfaktorer som istället enbart går att påverka till en viss del, eller inte alls. En stor del av dessa faktorer är politiska. Det kan vara faktorer på både statlig och kommunal nivå och kan innefatta både utmaningar och möjligheter så som miljömål, incitament och andra restriktioner.

Turismföretagen är alla miljömedvetna och känner till de mål som regeringen satt om att minska utsläppen av koldioxid. Det egna ansvaret bedöms vara betydande, men något som inte helt går att realisera utan statliga styrmedel. Tydligare, mer lättbegripliga regler och kraftfullare incitament är efterfrågat. Däremot handlar det inte om direkta ekonomiska bidrag utan snarare incitament som påverkar konsumenten i att köpa en bil överhuvudtaget, till exempel genom skattesubventioner. Tydligare styrmedel och incitament påverkar inte

bara elbilsföraren utan kan även påverka aktörens initiativtagande, vilket åter kan kopplas till moment 22.

Utöver politiska åtaganden är företagen övertygade om att samhället är redo men att bilarna och laddinfrastrukturen inte är tillräckligt utvecklade. En större medvetenhet kring klimatförändringar påverkar efterfrågan av miljövänliga alternativ inom bland annat transport. Något som även påverkar ett turistföretag, där besökarna ofta reser med bil.

Det krävs bättre driftsäkerhet och bättre pris på produkterna. Räckvidd och huruvida en elbil klarar kyla är fortfarande en osäkerhet som speglas i aktörernas bild av elbilen. I den region som rapporten utgår från visar sig också en osäkerhet kring det geografiska läget. Jämtland utgörs av få större städer, är glesbefolkat och innefattar långa avstånd. Många vill bidra till en hållbar miljö, men utmaningen är således elbilens kapacitet. Är besökaren osäker kring samma tekniska aspekter, kommer även turistföretaget att påverkas på så sätt att efterfrågan kan utebli.

Samtidigt kan dessa faktorer främja utvecklingen. Statliga ingripanden, förbättrad teknisk utveckling och ett växande intresse för miljön kan påverka både besökaren och företagaren positivt. Det handlar främst om att öka efterfrågan och att öka antalet eldrivna bilar i fordonsparken i området. Förbättrad teknik och eliminering av orosmoment som räckvidd och prestanda kan till exempel få fler besökare till Jämtland att våga resa dit med en eldriven bil. Ökad kunskap i klimatfrågan kan också bidra till att fler väljer miljösmarta alternativ så som tåg.

Både litteraturen och intervjuerna pekar däremot på att det finns en otydlighet kring vem som bär ansvaret och att det kan vara svårt för mindre företag att själva driva frågan och utvecklingen framåt. Företagen är ofta positiva till utvecklingen av elbilsinfrastruktur men saknar tydligare riktlinjer, incitament och kunskap om området för att själv kunna medverka i utvecklingen.

Käll- och litteraturförteckning

Intervjuer

Destinationschef, Skistar, Åre, 2015-03-17.

Generalsekreterare, Svenska Turistföreningen, 2014-12-19.

Hotelldirektör, Copperhill Mountain Lodge, 2015-02-10.

VD, Scandic (Östersund), Gamla teatern (Östersund), Holiday Club (Åre), 2015-01-12.

VD, Taxi Östersund AB, 2014-06-18.

VD, Taxi Östersund AB, Mailkonversation, 2015-11-25.

Litteratur

Albalade, D. & Bell, G. (2010). "High-speed rail: lessons for policy-makers from abroad." Research Institute of Applied Economics. Barcelona: University of Barcelona.

Anable, J. & Gatersleben, B. (2005). "All work and no play? The role of instrumental and affective factors in work and leisure journeys by different travel modes." *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 39: 163–181.

Bramwell, B. (2011). "Governance, the state and sustainable tourism: a political economy approach". *Journal of Sustainable Tourism*, 19: 459–477.

Bramwell, B. & Lane, B. (2011). "Editorial introduction. Critical research on the governance of tourism and sustainability." *Journal of Sustainable Tourism*, 19: 411–421.

Bramwell, B. & Lane, B. (2012). "Towards innovation in sustainable tourism research?" *Journal of Sustainable Tourism* 20: 1-7.

Budenau, A. (2007). "Sustainable tourist behavior – a discussion for opportunity for change." The International Institute for Industrial Environmental Economics, Lund University, Sweden.

Butler, R. (2010). Sustainability or stagnation? Limits, control, and the life cycle in tourist destinations. In E. Wickens & M. Soteriades (Eds.), *Sustainable tourism: Issues, debates and challenges*. Conference proceedings (23–31). Crete: Technological Educational Institute of Greece.

Chapman, L. (2007). "Transport and climate change: a review." *Journal of Transport Geography*, 15: 354–367.

Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., Wanhill, S., & Fyall, A. (2008). "Tourism: Principles and Practice." Pearson Education Limited, Harlow.

Diamond, D. (2009). "The impacts of government incentives for hybrid-electric vehicles: Evidence from US states." *Energy Policy*, 37: 972-983.

Dwyer, L. & Kim, C. (2003). "Destination competitiveness: determinants and indicators." *Tourism*, 6: 369-414.

Demeritt, L. (2005). "What makes a green consumer?" The Hartman Group pp. 2-4.

Edison, W.S & Geissler, L.G (2003) "Measuring attitudes towards general technology: Antecedents, hypotheses and scale development." *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, 12: 137-156.

Egbue, O. & Long, S. (2012). "Barriers to widespread adoption of electric cars: an analysis of consumer attitudes and perceptions." *Energy Policy*, 48: 717-729.

Gallagher, K.S. & Muehlegger, E. (2011). "Giving green to get green? Incentives and consumer adoption of hybrid vehicle technology" *Journal of environmental economics and management*, 61: 1-15.

Clarke, J. & Hawkins, R. & M Waligo, V. (2013). "Implementing sustainable tourism: A multistakeholder involvement management framework." *Tourism Management*, 36: 350-351.

Gössling, S. (2009). "Carbon neutral destinations: a conceptual analysis." *Journal of Sustainable Tourism*, 17, 1: 17-37.

Gössling, S. & Hall, C.M. (2009). "Climate change responses of Swedish tourism actors: An analysis of actor websites." i Hall, C.M., Müller, D.K., Saarinen, J. (red.), *Nordic Tourism: Issues and Cases, Aspects of Tourism. Channel View Publications, Bristol, U.K. ; Buffalo*

Hall, C.M. (2011a). "Publish and perish? Bibliometric analysis, journal ranking and the assessment of research quality in tourism. *Tourism Management*, 32: 16-27.

Hall, C.M. (2011b). "A typology of governance and its implications for tourism policy analysis." *Journal of Sustainable Tourism*, 19: 437-457.

Jørgensen, K. (2008). "Technologies for electric, hybrid and hydrogen vehicles: Electricity from renewable energy sources in transport." *Utilities Policy*, 16: 72-79.

Kaiser, F.G. & Wolfing, S., et al. (1999) "Environmental attitude and ecological behaviour." *Journal of Environmental Psychology*, 19: 1-19.

Magnusson, T. & Berggren, C. (2011). "Entering an Era of Ferment – radical vs. incrementalist strategies in automotive powertrain development." *Technology Analysis and Strategic Management*, 23, 3: 313– 330.

Mont, O. (2004). "Institutionalisation of sustainable consumption patterns based on shared use." *Ecological Economics*, 50: 135–153.

Newman, J. & Clarke, J. (2009). "Publics, politics and power: Remaking the public in public services." London: Sage.

Oliver, J. & Rosen, D. (2010). "Applying the Environmental Propensity Framework: A Segmented Approach to Hybrid Electric Vehicle Marketing Strategies." *Journal of Marketing Theory and Practice*, 18: 4.

Ozaki, R, Sevastyanova, K. (2011). "Going hybrid: An analysis of consumer purchase motivations." *Energy Policy*, 39: 2217-2227.

Peeters, P. & Landré, M. (2012). "The Emerging Global Tourism Geography–An Environmental Sustainability Perspective." *Sustainability* 2012, 4, 1: 42-71.

Riganti, P. & Nijkamp, P. (2008). "Congestion in popular tourist areas: a multi-attribute experimental choice analysis of willingness-to-wait in Amsterdam". *Tourism Economics*, 14: 25–44.

Rothengatter, W. (2010). "Climate change and the contribution of transport: Basic facts and the role of aviation." *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 15, 1: 5–13.

Saarinen, J. (2014). "Nordic Perspectives on Tourism and Climate Change Issues." *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 14: 1–5.

Scott, D., Gössling, S. & Freitas, C. (2008). "Preferred climate for tourism: Case studies from Canada, New Zealand and Sweden." *Climate Research*, 38:61–73, doi: 10.3354/cr00774.

Steinhilber, S., Wells, P. & Thankappan, S. (2013). "Socio-technical inertia: understanding the barriers to electric vehicles." *Energy Policy*, 60: 531-539.

Scott, D. & Becken, S. (2010). "Adapting to climate change and climate policy: Progress, problems and potentials." *Journal of Sustainable Tourism*. 18:283–295.

Shove, E. & Warde, A. (2002). "Inconspicuous consumption: the sociology of consumption, lifestyles, and the environment. In *Sociological Theory and the Environment*." (ed. by R.E. Dunlap, F. Buttel, P. Dickens & A. Gijswijt), 230–252. Rowman and Littlefield, Lanham, MD.

Swarbrooke, J. & Horner, S. (2001). "Consumer Behaviour in Tourism." Butterworth-Heinemann, Oxford, UK.

Tanner, C. & Kaiser, F.G., et al. (2004). "Contextual conditions of ecological consumerism." *Environment and Behavior*, 36: 94–111.

Yan, J. & Barkmann, J., et al. (2006). "Sustainable Production and Consumption in the Domestic Chinese Tourism Market: The Sceptics' Challenge for Sustainable Tourism in the Southwestern China Biodiversity Hotspot." Sustainable Consumption and Production: Opportunities and Challenges Conference, Wuppertal.

Internetkällor

Europeiska Kommissionen. Hämtad; 2015-10-12.

JHT, <http://jamtland.se/index.php/se/>. Hämtad; 2015-03-12.

Länstransportplan 2014 – 2025 för Jämtlands län, Länstransportplan 2014 – 2025 för Jämtlands. Hämtad; 2015-11-25.

SCB, http://www.scb.se/sv_/Hitta-statistik/Statistik-efter-amne/Befolkning/Befolkningens-sammansattning/Befolkningsstatistik/25788/25795/Helarsstatistik---Kommun-lan-och-riket/370301/. Hämtad; 2015-04-16.

Skistar AB, <https://www.skistar.com/>. Hämtad; 2015-11-27.

Svensk Energi. Hämtad; 2014-11-25.

UNWTO, <http://www2.unwto.org/>. Hämtad; 2015-11-27.

Visit Åre, <http://visitare.com/>. Hämtad; 2015-04-16.

Åre kommun, <http://are.se/>. Hämtad; 2015-04-05.

Östersunds kommun, <http://www.ostersund.se/>. Hämtad; 2015-04-16.

Bilaga

Intervjumaterial

- Berätta lite om er organisation, din roll, historia, typiska besökaren, varifrån kommer besökaren? mängden besökare etc.
- Beskriv er syn på hållbarhet?
- Hur bedömer ni er miljöpåverkan inom områden som energi och drivmedel?
- Hur ser miljöarbetet ut?
 - Är frågan om miljöprofilering något som diskuteras?
 - Innehåller den laddinfrastruktur?
 - Vad har miljöprofilering och miljöarbete för värde för företaget? D.v.s. vilka är vinsterna (ekologiska, ekonomiska sociala) med ett miljöarbete?
- På vilket sätt tar ni ansvar för turisterna gällande resan?
- Vilka är turismindustrins och era främsta utmaningar/möjligheter när det gäller en hållbar utveckling kopplat till transporter och tillgänglighet?
- Har ni idag (inom er verksamhet) några laddpunkter?
 - Efterfrågar gäster/personal laddningsmöjligheter?
 - Om inte - Vad krävs för generell utveckling i samhället (mjuka och hårda värden – tekniken, attityder etc.) för att ni ska investera i laddstolpar?
- Vem bör investera i samt förvalta laddinfrastrukturen?
- Vilken roll, tror du, spelar laddinfrastruktur för elfordon i det lokala sammanhanget och för den lokala utvecklingen? (destinationens)
- Vilken roll spelar laddinfrastruktur för elfordon för utvecklingen av en hållbar turism?
- Hur tror du att framtidens transportlösningar kommer att se ut?
 - Var ska laddningsstolpar placeras?

