



LUNDS UNIVERSITET

Campus Helsingborg

Institutionen för service management
och tjänstvetenskap

Examensarbete för kandidatexamen

Mobility Management

- att minska bilpendling och öka aktiv pendling i privata företag

Yijuan Lindskog & Erik Wennberg

Gruppenr: 86

Handledare:

Torleif Bramryd

Michael Johansson

Examensarbete

VT 2015

Abstract

Title: Mobility Management – to reduce car commuting and to increase active commuting in private companies. [translated title]

Institution: The Department of Service Management and Service Studies, Lund University, Campus Helsingborg

Course: KSKK01 Service Management, Examensarbete för kandidatexamen, VT 2015

Authors: Yijuan Lindskog & Erik Wennberg

Supervisors: Torleif Bramryd & Michael Johansson

Purpose: The purpose of this thesis is to contribute to the research on Mobility Management's possibilities in private companies and its long-term effects, by examining the employees' current travel habits and prerequisites in a private company in rural areas in Sweden, and which MM measures that are effective and applicable, and also which effects MM measures can produce.

Methods: Combination of both quantitative method in form of an on-line survey and qualitative method with four semi-structured interviews.

Findings: This study indicates that commuting by car is the most popular transport mode among the employees while active commuting (cycling/walking) is very little. However, there is potential for the company to work with Mobility Management measures for reducing car driving and increasing active commuting, with a focus on a local target group. Reducing physical parking places at work and telecommuting are considered as possible measures. Parking Charges and Cash Out are not applicable in the company at present, though they are usually regarded as two of the most effective MM measures for promoting sustainable commuting. Information and marketing are also crucial. A number of positive effects from MM can be expected to benefit individuals, companies and the society. The company e.g. gets healthier employees, lower operation costs, reduced CO² emissions and effective land use.

Conclusions: Mobility Management is applicable in the private companies with sizes similar to the studied company. There are both opportunities and challenges with MM implementation. Cooperation with e.g. local municipality and traffic companies is one of the opportunities, while lacking competence in MM and hesitation of motorists to change are both challenges for implementing MM, which also requires continued investment. Implementing a package of different MM measures is the key to get expected effects. Doing that, companies can contribute to a good environment in their society and a regional development in the long run.

Keywords: *Mobility Management; Car driving; Active commuting; Measures; Effects.*

Förord

Vi vill tacka IKEA i Älmhult och KTH som gett oss förtroende att genomföra arbetet. Dessutom vill vi framföra stora tack till alla IKEA-medarbetare som har hjälpt oss att besvara enkäten och som ställt upp på intervjuer. Under kursens gång har vi fått vägledning av våra hjälpsamma handledare Torleif och Michael som förtjänar all vår uppskattning. Dessutom vill vi tacka Richard Ek och Eerika Saaristo för de extra handledningarna. Arbetet kring detta examensarbete har till lika stora delar utförts av båda författarna.

Helsingborg, oktober 2015

Miguel Lindskog & Erik Wennberg

Innehållsförteckning

1. INLEDNING	6
1.1 Bakgrund	6
1.2 Syfte och frågeställningar	8
1.3 Avgränsning	8
1.4 Disposition	9
2. Teoretisk referensram	9
2.1 Mobility management	9
2.1.1 Vad är mobility management?	9
2.1.2 Attityd- och Beteendeförändring.....	10
2.1.3 Definition.....	11
2.1.4 Nyttan/effekter av mobility management.....	12
2.1.5 Implementering av mobility management	13
2.2 Exempel på mobility management-åtgärder	14
2.2.1 Att minska bilpendling	14
2.2.2 Att uppmuntra till aktiv pendling	18
3. Metod	21
3.1 Design av studien	21
3.2 Kvantitativa och kvalitativa förhållningssätt	21
3.2.1 Kvantitativa metoder	21
3.2.2 Kvalitativa metoder	22
3.3 Kvantitativ enkätundersökning	22
3.3.1 Konstruktion och Distribution av enkät	23
3.3.2 Enkätens Urval och bortfall	24
3.3.3 Statistisk bearbetning	24
3.4 Kvalitativ intervju	25
3.4.1 Urval till intervju	25
3.4.2 Konstruktion och genomförande av intervju	26
3.5 Vetenskapliga artiklar och litteratur	26
3.6 Reliabilitet och validitet	27
3.7 Forskningsetik	28
4. Empiri	29
4.1 IKEAs och kommunens strategier för främjande av cykling i Älmhult	29
4.2 Arbetspendling och förutsättningar i nuläget	31
4.3 Eventuella mobility management-åtgärder	33
4.3.1 Att minska bilpendling	34
4.3.2 Aktiv pendling	35
4.3.3 Information och marknadsföring	36
4.4 Effekter	36
5. Analys	38

Mobility Management – att minska bilpendling och öka aktiv pendling i privata företag

5.1 I nuläget	38
5.2 Rekommendationer på mobility management-åtgärder	39
5.2.1 Minskning av antalet parkeringsplatser, införande av parkeringsavgifter och cash-out ..	39
5.2.2 Distansarbete.....	40
5.2.3 Att främja aktiv pendling.....	41
5.2.4 Information och marknadsföring	42
5.3 Effekter av mobility management.....	43
6. Diskussion och slutsatser	45
6.1 Att besvara frågorna	45
6.1.1 Fråga 1	45
6.1.2 Fråga 2	45
6.1.3 Fråga 3	46
6.2 Möjlighet och utmaning av mobility management	46
6.3 Har våra undersökningar tillfört ny kunskap?	47
7. Framtida forskning	48
8. Referenser	49
Bilagor.....	53
Bilaga 1: Enkätundersökningen.....	53
Bilaga 2: Intervjuguider.....	60
Bilaga 3: Resultatredovisning av enkäten	65

1. INLEDNING

1.1 Bakgrund

Goodwin (1996, s. 79-80) påstår att användning av personbil är det vanligaste sättet för pendling i Sverige. Det finns flera problem med dagens situation som till exempel koldioxidutsläppens påverkan på det globala klimatet, avgasernas hälsopåverkan, trängsel och ineffektiv markanvändning. 19 % av koldioxidutsläppen i Sverige kommer från personbilar. Goodwin menar att för att lösa miljömässiga problem, blir det nödvändigt att minska den rådande bilismen. Under senare år har forskning visat att traditionella trafiklösningar ofta inte har möjlighet att bygga bort problemen. Nya vägar bidrar till ökat bilresande som i sin tur skapar behov av ännu fler nya vägar vilket bidrar till en ond cykel. Det kommer att krävas en stor informations- och folkbildningsinsats för att marknaden för miljöanpassade transporter skall kunna fungera. En marknad fungerar inte om aktörerna saknar fullständig information i form av kunskap om miljöeffekter av resandet. På lång sikt behöver människors värderingar och beteenden i transportsektorn förändras. Mobility management ses som en alternativ lösning som både bidrar till ökad acceptans för ekonomiska styrmedel och påverkar värderingar och beteenden i en mer hållbar riktning (Ljungberg, Lyborg, Rydén, Neergaard, Hyllenius, Wendle & Envall 2002, s. 3).

European Platform on Mobility Management (EPOMM) startades 2006 och syftar till att främja och ytterligare utveckla mobility management i Europa och att stödja aktivt utbyte av information och lärande om mobility management mellan de europeiska länderna (Vanoutrive, Malderen, Jourquin, Thomas, Verhetsel och Witlox 2010, s. 122). I Sverige används främst begreppen mobility management (MM) om hållbart resande och hållbara transportsystem. Hållbara transportsystem handlar om effektivisering av transporter genom samordning, användande av alternativa eller förnyelsebara bränslen som till exempel biogas eller el och införande av miljöavgifter (Hageback 2009, s.24). Mobility management är ett tillvägagångssätt för persontransport, inriktat på främjandet av hållbara mobilitetsmedel och hantering av efterfrågan på bilanvändning. Med hjälp av mobility managements koncept går det att forma resenärers attityder och beteenden. (Nosal 2011, s. 14).

Under det senaste året har officiella dokument lyft fram mobility management som en viktig del i trafikpolitiken. MM finns med i framtagna propositioner för nya miljömål och för ny

Mobility Management – att minska bilpendling och öka aktiv pendling i privata företag

klimatpolitik. Arbets sättet med MM och vikten av att påverka efterfrågan på resor pekas ut i den senaste infrastrukturpropositionen. Uppdraget med att arbeta med åtgärder som påverkar efterfrågan på transporter ges till Vägverket. (Ljungberg et al. 2002, s. 7). I detta sammanhang har många offentliga organisationer såsom kommuner och landsting genomfört mobility management-åtgärder för att förändra de anställdas resvanor med syfte att minska bilresandet i Sverige. I Storbritannien är företagens resplaner en del av den statliga trafikpolicyn (Rye 1999b). I Belgien kräver huvudstadsregionen Bryssel en mobilitetsplan för varje arbetsgivare som har minst 200 anställda (Vanoutrive et al. 2010, s. 122). Statliga myndigheter i Sverige har hittills inte ställt liknande krav på trafikrelaterad policy på privata företag och organisationer. Det är dock möjligt att staten kommer att lyfta fram detta i framtiden. Robért (2007) menar att genomföra hållbar utveckling med “win-win strategier” kan vara en möjlig del av en hållbar marknadsorienterad trafikplanering för privata företag. Det finns ett behov för företag att etablera goda exempel och att visa att bidra till minskad miljöpåverkan inte är nödvändigtvis i konflikt med kortsiktig ekonomisk tillväxt (ibid.). Emellertid är det svårt att hitta praktiska exempel i privata företag på implementering av mobility management-åtgärder (Engström 2014).

Jämfört med traditionella tillvägagångssätt går det med hjälp av mobility management att lösa trafikproblemen vid själva källan, det vill säga biltrafiken, istället för att enbart begränsa dess negativa effekter. Fördelarna med mobility management är flera, till exempel ger minskad bilanvändning goda effekter på miljön i form av minskade utsläpp, mindre buller och trängsel i trafiken, samt effektivisering av mark- och energianvändning. En förbättrad kollektivtrafik och förbättrade möjligheter till cykling/gång ger ett mer jämlikt och tillgängligt transportsystem. En ökande cykling främjar både hälsa och kondition. Mobility management har även positiva ekonomiska effekter för både individen och samhället om bilresandet minskar, exempelvis minskat tryck på infrastrukturen och ökad trafiksäkerhet (Björk 2005). Trots att MM-åtgärder har visat positiv effekt för minskat bilresande, råder det fortfarande osäkerhet om vad som gör åtgärderna effektiva (Engström 2014, s. 14-15). Richter et al. (2011) beskriver att även om man på kort sikt kan påvisa MM-åtgärders effektivitet saknas det kunskap om de långsiktiga effekterna. Dessutom saknas studier om synergier mellan olika typer av åtgärder, som till exempel i vilken grad det går att göra jämförelser mellan åtgärder för olika typer av platser och mellan olika geografiska skalor (ibid).

Eftersom det finns lite forskning beträffande implementering av mobility management hos privata företag i Sverige och bristande kunskap om långsiktiga effekter av MM, samtidigt som det finns en möjlighet till ett framtida scenario där myndigheter i Sverige kommer att ställa krav gällande trafikpolicyn på företag, anser vi att det är viktigt att undersöka möjligheten till implementering av MM-åtgärder i privata företag på svensk landsbygd och vilka långsiktiga effekter dessa MM-åtgärder kan medföra.

1.2 Syfte och frågeställningar

Det finns få studier utförda kring mobility management för företag och organisationer i Sverige samt det saknas kunskap om långsiktiga effekter av mobility management. Syftet med denna uppsats är att bidra till forskningen om mobility management genom att undersöka vilka mobility management-åtgärder som är applicerbara i privata företag på landsbygden i Sverige och vilka effekter MM kan medföra på lång sikt. För att uppnå syftet utför vi en fallstudie på ett multinationellt möbelföretag med verksamhet på svensk landsbygd där vi ämnar besvara följande frågeställningar:

- 1) Hur sker arbetspendlingen på ett privat företag i svensk landsbygd och vilka pendlingsförutsättningar har de anställda i nuläget?
- 2) Vilka mobility management-åtgärder är effektiva och genomförbara för att minska bilpendlingen och öka den aktiva pendlingen i privata företag på svensk landsbygd?
- 3) Vilka effekter kan företag förvänta sig av en MM-implementering?

Frågeställningarna ska besvaras med hjälp av uppsatsens teoretiska referenser samt det empiriska materialet som består av en enkätundersökning och fyra semistrukturerade intervjuer utförda på IKEA-bolag i Älmhult.

1.3 Avgränsning

Undersökningen genomfördes med anställda på IKEA-bolag i Älmhult. Uppsatsens fokus ligger på att visa på mobility management-åtgärder som är genomförbara på ett företag på landsbygden i Sverige. Genom dessa åtgärder kan pendling med bil minska och aktiv pendling öka.

1.4 Disposition

I det teoretiska kapitlet presenteras teorier som är utgångspunkter för analys av empiri. Där redovisas det teoretiska begreppet mobility management och tidigare forskning kring mobility management-åtgärder. I metodkapitlet diskuteras val av vetenskaplig ansats och metoder för insamling av empiri. I empirikapitlet redovisas resultatet av undersökningen. I analyskapitlet sammanvägs resultatet av undersökningen med teori och tidigare forskning. I diskussion- och slutsatskapitlet besvaras frågeställningarna och vår uppfattning kring forskningsämnet presenteras. Till sist redovisas de nya resultaten från vår studie. Det sista kapitlet handlar om möjlig framtida forskning kring vårt forskningsämne.

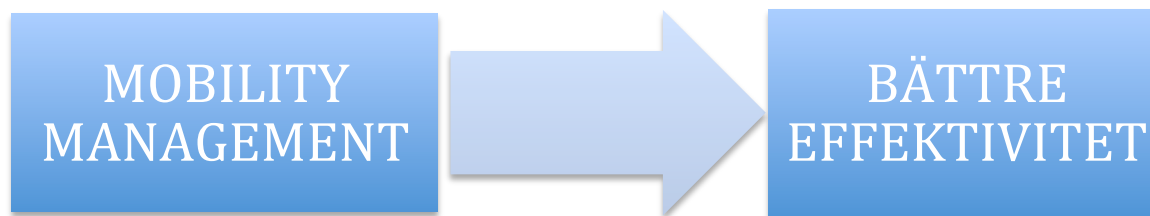
2. Teoretisk referensram

I följande kapitel redogörs inledningsvis för begreppet mobility management. Sedan lyfts nyttan fram av mobility management. Därefter redovisas exempel på olika mobility management-åtgärder som genomförts av företag och organisationer.

2.1 Mobility management

2.1.1 Vad är mobility management?

Mobility management (MM) innebär att hitta alternativa lösningar till problem och resursbrister inom transportområdet som till exempel att istället för att bygga en ny väg så genomför man en utbyggnad av kollektivtrafiken för att därigenom begränsa bilresandet på den befintliga infrastrukturen. Dessutom kan kampanjer bedrivas med information om nyttan av mobility management-åtgärder för att påverka allmänheten och därmed söka åstadkomma en beteendeförändring. Ifall det inte finns möjlighet att undvika om- eller nybyggnation kan MM ses som ett komplement för att öka transporteffektiviteten, det vill säga om en ny väg byggs kan samtidigt information om de kollektiva möjligheterna ges till dem som bor i området för att öka andelen kollektivtrafikresande istället för andelen bilresande. Således drivs MM på olika sätt beroende på vilket syfte och mål ett land, en myndighet eller en organisation har. Detta leder till att de verktyg samt den definition som används varierar men MM avser alltid att medföra någon form av effektivisering inom transportområdet (Figur 1). (Hageback 2009, s. 17).



Figur 1. Mobility Management syftar till bättre effektivitet inom transportområdet. Källa: Hageback (2009)

2.1.2 Attityd- och Beteendeförändring

Attityder är individens positiva eller negativa värdering mot ett visst objekt, det vill säga en sak, en person eller ett beteende som kan påverkas av individens fysiska och sociala omgivning. Individens beteende påverkas från det att denne är ett litet barn och attityder är därmed något individen lär sig via medmänniskor, erfarenheter, känslor, media, observationer med mera (Hogg och Vaughan 2005). Om en attityd är stark för något är det troligt att den tydligt märks i ett beteende. Upprepning är ett sätt att bibehålla eller ändra en attityd, och att ändra en attityd eller ett beteende påverkar vanorna (Hageback 2009, s. 41). Dock innebär en vana inte alltid detsamma som ett frekvent beteende (Ajzen 2002). En mobility management-åtgärd som medför en attitydförändring ger ingen garanti för effekt förrän även beteendet har ändrats. Det är vanligt att personer som anser sig vara miljövänliga beter sig på ett sätt som är i motsättning till denna uppfattning. Men det är även så att ett förändrat beteende kan ge en attitydförändring. Genom att låta folk prova på att resa på ett annat sätt än de brukar kan de upptäcka att alternativet var bättre än de tidigare trodde och därmed ändra sina attityder, vilket i efterhand kan ge en permanent beteendeförändring (Figur 2). Åtgärder för attitydpåverkan kan vara av olika karaktär. Det kan handla om att öka den faktiska standarden på transportsystemet, men det kan även handla om att upplysa individer om vilka möjligheter som redan finns genom information och marknadsföring. (Björk 2005, s. 4)



Figur 2: Åtgärder som påverkar attityder påverkar ej automatiskt beteende och ger effekt på systemnivå endast då beteendet förändras. Källa: Björk (2005).

2.1.3 Definition

European Platform on Mobility Management (EPOMM) definierar Mobility Management så här: “Mobility management is a concept for promoting sustainable transport and dealing with the question of car use by modifying the habits and behaviour of travellers. The core of this mobility management is formed by “soft” policy measures such as information and communication, organisation of services and the coordination of activities of the various partners”. (EPOMM 2013, s.7).

EU-projektet MOMENTUM definierade MM som följande:

- Uppmuntra användandet av miljöanpassade färdstätt
- Förbättra hållbar tillgänglighet för alla människor och organisationer
- Öka effektiviteten för transporter och markanvändning
- Minska (bil-)trafikens negativa effekter genom att begränsa antal, längd och behov av motoriserat resande. (Bjerkemo 2008, s. 464)

“Mobility management (MM) innebär bättre nyttjande av befintliga resurser vilket leder till effektivisering av en transportlösning till följd av attityd- och beteendeförändring hos individen.” (Hageback 2009, s. 13).

I Sverige brukar mobility management syfta på mjuka åtgärder för att påverka resan innan den har börjat. (Forsell, Grahn, Gustafsson, Håkansson, Ljungberg, Neergaard, Rosenlind, Schelin, Schnabel, Wall & Wendle 2010, s. 10). Grundsynen är att MM ska vara en del i övrig trafikplanering. Arbetssättet beskrivs som ”mjuka” åtgärder som komplement till ”hårda” eller som ett medel att påverka resan och dess färdstätt innan den börjat. MM består ofta av beteende- och kunskapspåverkande åtgärder. En av de bärande idéerna är samverkan mellan olika aktörer. Genom samverkan mellan många olika aktörer startas en process som i efterhand kan ge ytterligare effekter. Exempel på åtgärder som ingår:

- Samåknings- och bilpoolsprojekt
- Kampanjer som främjar användning av cykel och kollektivtrafik
- Projekt för lokal handel
- Information om kollektivtrafik och cykel som alternativ till bilpendling till eller i jobbet
- Ge råd om hur individer, företag, och organisationer kan miljöanpassa sina transporter. (Bjerkemo 2008, s. 464-465).

Mobility Management – att minska bilpendling och öka aktiv pendling i privata företag

Mobility management omfattar såväl gamla som nya åtgärder. Samåkning, distansarbete, videokonferenser, nya servicekoncept och bilpooler förenas i ett system där nya metoder för attityd- och beteendepåverkan ingår. Ifall det ska kunna gå att nå permanenta beteendeförändringar måste det involveras olika aktörer såsom kollektivtrafikföretag, vägverk, kommuner, privata företag och så vidare. (Ljungberg et al. 2002, s. 6-7). Grundläggande verktyg för mobility management är *information, kommunikation, organisation* och *koordination*. Information är meddelanden, underrättelser, upplysningar, uppgifter och nyheter som förmedlas via en viss kanal. Överföring av ett budskap från en sändare till en mottagare eller målgrupp syftar till att öka mottagarens kunskap. Relevansmodellen är en vidareutveckling som räknar med mottagarens/målgruppens behov och förutsättningar för att ta emot budskapet (Bjerkemo 2008, s. 464-469). Dock klassas information som ett långsamt styrmedel då det kan få människor att ändra attityd, men har svårare för att ändra deras handlingar. Ifall information har som avsikt att ändra en vana som är djupt rotad kommer förändringen att ta mycket lång tid eller helt utebli. Informationens beskaffenhet gällande dess komplexitet kommer också att påverka dess genomslag (Lindén 1996). Kommunikation är en ömsesidig överföring av information, tankar och känslor med förutsättning att mottagaren har möjlighet att förstå budskapet och reagera på det samtidigt som den primära sändaren tar emot svaret. Dialog är ett ömsesidigt utbyte av idéer, åsikter och erfarenheter mellan olika parter. Aktörssamverkan inrymmer ovanstående modeller. En vanlig källa till kritik är att man missar att tydligt fastlägga motivet till varför man inleder en planerings- eller utredningsprocess. (Bjerkemo 2008, s. 469-470). Skapande av mobilitetscenter skulle vara en viktig del av ett program för marknadsföring och främjande av hållbara transporter. (Gunnarsson 2000, s. 74).

2.1.4 Nyttan/effekter av mobility management

En effektprofil kan relateras till de mätbara eller mjuka transportpolitiska mål som utformats på lokal och nationell nivå. Särskilt är effektprofilen användbar i de fall där målen är mer långsiktiga och svårfångade. Ett exempel på effektprofil omfattar *tillgänglighet* för gångtrafik och cykel samt kollektivtrafik, *god miljö* med mätning av utsläpp av emissioner, och *positiv regional utveckling*. (Hiselius 2008, s. 397). I Sverige anses mobility management framförallt innebära miljöåtgärder. Nyttan med MM-åtgärder finns dock på ett brett område:

- Minskad trängsel
- Bättre hälsa och miljö

Mobility Management – att minska bilpendling och öka aktiv pendling i privata företag

- Ökad trafiksäkerhet
- Effektivare utnyttjande av transportsystemet
- Bättre ekonomi
- Effektivare förbrukning av resurser (Ljungberg et al. 2002, s. 5).

Genom att mobility management påverkar transportbehov och färdmedelsval kan det ge effekter på såväl global nivå i form av minskade CO²-utsläpp som på lokal nivå till exempel bättre miljö och ökad trafiksäkerhet. MM-åtgärder framhålls därmed som kostnadseffektiva åtgärder. Inte bara samhället kan dra nytta av åtgärderna, utan även företag och enskilda individer (Forsell et al. 2010, s. 15).

- Samhällets vinster är minskade CO²-utsläpp, minskade utsläpp av hälsopåverkande ämnen och buller, minskade barriäreffekter, färre olyckor och mindre trängsel.
- Individens vinster omfattar bättre ekonomi, bättre hälsa och mindre stress.
- Företagets vinster inkluderar lägre kostnader för resor och parkeringsplatser, friskare personal och lägre kostnader för sjukskrivningar. (ibid).

En stor fördel med MM-åtgärder är att de är mycket billigare än fysiska åtgärder såsom byggande av infrastruktur. Dock har mobility management-åtgärder begränsad effekt om de inte genomförs i ett paket med flera åtgärder som samverkar. (Forsell et al. 2010, s. 11).

2.1.5 Implementering av mobility management

En framgångsrik implementering av mobility management-åtgärder är beroende på en rad faktorer som:

- Kompetens – kunskap och stöd från politiska makthavare
- Stöd av andra planer och åtgärder (transportplaner, MaTs-arbete, parkeringsstrategier)
- Partnerskap – samarbete med flera partners och med ”rätt” partners som har samma grundsyn
- Rätt marknadsföring – målgruppsanpassad information och motivation
- Exempel med hög publicitetsfaktor
- Processtänkande – MM är en långsiktig process.

Kompetensen hos nyckelpersoner i ett MM-projekt avgör framgången. Kompetensen avser såväl den formella kunskapen om MM som makt och stöd i organisationen för att genomföra förslagen. En kombination av flera typer av åtgärder behövs, såväl fysiska åtgärder som informations- och motivationsåtgärder (incitament/regler). En viktig del av MM är bra

marknadsföring eftersom det gäller beteendepåverkan. Det är av vikt att formulera en bra strategi för marknadsföringen och kunskap om hur denna utförs på bästa sätt; till exempel att använda positivt värdeladdade ord, målgrupps- och individanpassa marknadsföringen och lägga fokus på vad individen tjänar på att använda miljöanpassade transportsystem i form av rena pengar, hälsa och liknande. Ett bra sätt att föra ut budskapet och även få media intresserade av att delta är att belysa konkreta goda exempel med ett högt publicitetsvärde. MM är en process som kräver lång tid så att det är av vikt att man har en långsiktig ambition att satsa på MM när det handlar om både finansiering och organisation. (Ljungberg et al. 2002, s. 9).

2.2 Exempel på mobility management-åtgärder

För att kunna möjliggöra hållbart resande bör företag och organisationer både fokusera på att ändra attityder och beteende och skapa en miljö som ger förutsättningar för effektivare resande. För att kunna möjliggöra denna förändring bör organisationer bestämma vilka styrmedel de skall använda och vilka åtgärder de ska genomföra (Forsell et al. 2010, s. 9). Forskning visar att ekonomiska incitament och policyn är effektiva mobility management-åtgärder för beteendeförändring. European Commission påstår att mobility management åtgärder i företag kan påverka resvanor genom att dra den anställdes uppmärksamhet mot hållbara transportalternativ. Arbetsgivare och offentliga myndigheter kan ge stöd genom ekonomiska incitament och reglering av parkeringsplatser (Vanoutrive et al. 2010, s. 122).

2.2.1 Att minska bilpendling

Antal parkeringsplatser, parkeringsavgifter och cash-out

Ett sätt att få individen att ändra beteende kan vara att försvåra eller förhindra denne från att nyttja den egna bilen, till exempel genom tillgång till ett minskat antal parkeringsplatser och/eller ökade kostnader för att köra och ha tillgång till bil. Detta samtidigt som individen ges en ökad kontroll över sitt resande genom information om hur det fungerar att resa med till exempel buss, var busshållplatserna finns, hur ofta bussen går och så vidare. Att enbart förse individer med information om en förändring är inte ett fungerande sätt för beteendeförändring enligt Ajzen (2005) utan istället måste informationen vara riktad mot attityder, normer och kontroll för att individen skall förändra sitt beteende. (Hageback 2009, s. 47). Ett stort läkemedelsföretag Novartis har infört ett parkeringsstyrningssystem som består av parkeringsavgifter och stöd för

Mobility Management – att minska bilpendling och öka aktiv pendling i privata företag

användning av cykel bland sina anställda i Basel i Schweiz. Företagets mobility management-arbete utgick från tre grundpelare:

- 1) Minskning av antalet parkeringstillstånd, där varje division av fabriken har tilldelats ett bestämt antal parkeringsplatser beroende på tillgång till kollektivtrafik och reslängd för de anställda.
- 2) Införande av parkeringsavgifter för varje division av fabriken där avgifterna går till att finansiera en gemensam fordonspool. Denna är kostnadsfri för de anställda att använda.
- 3) Erbjudande till pendlare som väljer att avstå från sin bil för arbetspendling och tjänsteresor att få en kostnadsfri cykel. Flera åtgärder har implementerats för att förbättra infrastrukturen för cykelanvändning som interna arbetsgrupper, nätverk av cykelvägar med anslutning till de olika arbetsplatserna, speciella cykelgrindar vid ingångar, reparationsservice och företagscyklar.

Åtgärderna medförde en ökning av cykelanvändningen med 25 %. Företaget prisbelönades som det mest ”cykel-vänliga” bolaget i Schweiz år 1998. (COST 2006).

Avgiftsfri parkering är ett stort hinder för en hållbar pendling. Avgiftsbelagd parkering för pendlare är den minst kontroversiella parkeringsåtgärden medan parking cash-out betalningar ofta är en kontroversiell HRM fråga. Ett cash-out system innebär att pendlare kan välja en "gratis" parkeringsplats, eller motsvarande summa i kontanter när de använder ett alternativt transportsätt. Parkeringsavgifter och begränsningar nämns som några av de mest effektiva mobility management-initiativen. Dock anser många företag att införa avgifter för personalparkering är "ett steg vars konsekvenser för relationerna på arbetsmarknaden är alltför svåra för att övervägas" (Rye 1999b, s. 20). Som en följd av detta, är parkeringsavgifter och andra begränsningar sällsynta i Transportation Demand Management-program, trots skattefrihet för parking cash-out betalningar i USA (Giuliano et al 1993;. Rye 1999a;. Potter et al 2006). Iögonfallande är att brist på parkeringsplatser ofta är en drivkraft för införande av resplaner från arbetsgivare (Rye, 1999a). De fria parkeringsplatser som finns på företag och organisationer är ett hinder vid införande av åtgärder som styr resandeefterfrågan. Ifall parkeringsavgifter införs kan det öka möjligheten för ett framgångsrikt införande av mobility management-åtgärder (Rye 2002).

Mobility Management – att minska bilpendling och öka aktiv pendling i privata företag

Företagens skyldighet att redovisa personalens tillgång till förmånsbeskattningsbara parkeringsplatser skärptes 2004 av skatteverket. Enligt en undersökning utförd på 50 företag ska skärpningen ha medfört ett minskat bilresande bland personalen med 19 % sedan införandet 2004, varav 11 % slutade helt med att ta bilen till jobbet (Evanth et al. 2008, s. 38). Effekterna av parkeringskostnader och förmånsbeskattning har undersökts i flera studier. En studie utförd av Jansson & Wall (2002 s. 12) på bilpendlare i Stockholm och Linköping visade att höjda parkeringskostnader kan få fler att avstå från att ta bilen till jobbet. Priskänsligheten visade sig vara hög då en månatlig parkeringsavgift på 400-500 sek fick 50-60 % att lämna bilen hemma. Ovanstående åtgärder kan innebära samhällsekonomiska kostnader då resenärer måste anpassa sitt resande efter de nya förutsättningarna, men också nya möjligheter för att effektivisera markanvändning då minskad efterfrågan på parkeringsplatser förväntas frigöra stora ytor mark. Andra följder kan vara minskad risk för olyckor, minskat slitage på vägar samt minskade utsläpp och minskad trafikträngsel (Evanth et al. 2008, s. 38).

Parking cash-out är ett ekonomiskt incitament för att uppmuntra hållbara arbetsresor, vilket innebär att pendlare som har subventionerad parkering istället erbjuds kontanter om de använder ett alternativt transportmedel. Ersättningen till en pendlare kan motsvara upp till hela kostnaden för en parkeringsplats (Evanth et al. 2008, s. 41). Shoup (1997 s. 214-215) hävdar att företag kan implementera ekonomiska styrmedel för att påverka de anställdas resande. Forskning utförd i Kalifornien (åtta arbetsplatser med totalt cirka 1700 anställda) indikerar att implementering av ”Parking cash-out” har varit mycket effektivt för att minska bilresandet till arbetet. Följderna har inneburit nöjdare anställda då de som väljer att inte ta bil känner sig kompenserade samt att de upplever att de orsakar mindre påverkan på miljön. Tabell 1 nedan visar hur färdmedelsvalen för de anställda fördelar sig före och efter parking cash-out tillämpades i denna fallstudie. Andelen ensamåkande i bil minskade från 76 % till 63 %. Samåkningen ökade mest. Både kollektivtrafik och gång/cykel ökade med 3 % respektive 1 %. (Evanth et al. 2008).

Färdmedel	Före parking cash out	Efter parking cash out
Bil, ensamåkning	76 %	63 %
Bil, samåkning	14 %	23 %
Kollektivtrafik	6 %	9 %
Gång eller cykel	3 %	4 %

tabell 1: Pendlares färdmedelsval före och efter parking cash-out. Källa: Evanth et al. 2008

Distansarbete

När datorer och telekommunikation utvecklas har möjligheten att arbeta var som helst och när som helst skapat möjligheter för företag att använda distansarbetslösningar. Distansarbete inkluderar: mobilt arbete då arbetstagaren inte jobbar på en fast plats; arbete som utförs av den anställde hemifrån; arbete på centra där de anställda arbetar på satellit-faciliteter; och funktionell omlokalisering där en hel verksamhetsfunktion utförs vid en fysiskt avlägsen plats där man har tillgång till företagets huvudsakliga dator- och kommunikationssystem. En del företag prövar kombinerade alternativ av distansarbeten och de flesta har upplevts positivt av både anställda och företag. Utöver införande av distansarbete är andra alternativ för företag att använda flexibla arbetstider, alternativa arbetsplatser eller jobbdelning. I Storbritannien finns det 2.2 miljoner arbetare som jobbar på distans. De arbetar hemifrån minst en dag i veckan med telefon och dator. I Sverige utgör andelen distansarbete 16 %, medan det är 17 % i Finland. (Pearce II 2009, s.16-17).

Företagens rapportering tyder på att acceptansen för distansarbete är permanent. Fördelarna med distansarbete omfattar: att öka de anställdas produktivitet, att öka attraktiviteten för arbetsgivaren, att minska driftskostnader, att ge ökad operativ förmåga under kris, och att bidra till gröna initiativ. Undersökningar av IBM Canada visar att deras anställda är upptill 50 % mer produktiva när de arbetar på distans. En undersökning som rapporterats av Eleena de Lisser visade att 50 % av de anställda på både stora och små företag tyckte att möjligheten att jobba på distans var ett mycket attraktivt incitament för att arbeta i ett företag och 66 % tyckte att möjligheten till distansarbete var en " utmärkt " anledning till att stanna hos företaget. Best Buys ROWE Programmet har lett till att den genomsnittliga ökningen i produktivitet mellan 2005 och 2006 var 35 %, och tillfredsställelsen bland de anställda var på rekordnivå. Personalomsättning minskade inom IT, inköp och logistik med respektive 90 %, 75 % och 52 %. Fastigheter är dyra och företag som vill minska lokalkostnaderna kommer sannolikt att göra det. AT & T och Cisco införde flexibelt distansarbete för att minska sitt behov av kontorsutrymme med 20-30%, Detta medförde en besparing på \$ 60 miljoner för AT & T under det första året. När 13 % av de anställda (dvs. 150 personer) vid huvudkontoret på energiföretaget Georgia Power blev distansarbetare kunde de minska sin årliga pendlingskörsträcka med 1,6 miljoner kilometer och bilsutsläpp med 16 ton. En statlig undersökning i USA visade att när 20 000 medarbetare jobbade på distans bara en dag i veckan kunde de minska körsträckan för pendlingen med tre

Mobility Management – att minska bilpendling och öka aktiv pendling i privata företag

miljoner kilometer, bensinförbrukningen med 400000 liter bensin och koldioxidutsläppen med 37 ton varje vecka. (Pearce II 2009, s.17-19)

Ett vanligt problem för implementering av distansarbete är svårigheten att styra distansarbetarens prestation. Det är svårt att mäta den tid som anställda lägger ned på arbete om de inte arbetar på ett gemensamt kontor. Därför är det viktigt att ändra mätningmetod från att mäta arbetstimmar till att mäta prestation i arbetet. Andra potentiella problem som eventuellt uppstår med införande av distansarbete är fragmentering av det sociala nätverket på arbetsplatsen, störningar i lagarbetet och osämja mellan distansarbetare och icke-distansarbetare. Var och en av dessa potentiella problem kan få allvarliga följder, men chefer som förutser och accepterar kompromisser som är nödvändiga vid distansarbete kan påverka sina medarbetares förväntningar och kommunikationsmönster för att minimera problemen vid strukturella förändringar. (Pearce II 2009, s.19).

2.2.2 Att uppmuntra till aktiv pendling

Gång och cykling ger nyttig fysisk aktivitet samtidigt som det kan ersätta kortare bilresor. Att gå och/eller cykla till jobbet (aktiv pendling) har potential till att vara införlivande i pendlarens dagliga rutin och kan därför lättare bli en vana som bibehålls än andra former av fysisk aktivitet (Yang, Panter, Griffin & Ogilvie, 2012). En studie på pendlingscyklister i Nederländerna visade att frekventa cyklister har mindre frånvaro från arbetet än icke-cyklister. Resultaten visade också att ju längre cykelsträcka desto mindre var frånvaron. Därför uppmannas företag att arbeta med program för främjandet av cykel som transportmedel för både friskare anställda och bättre ekonomiskt resultat (Hendriksen, Simons, Galindo Garre & Hildebrandt 2010, s. 134-135). Svensson (2008, s. 235) beskriver studier i Nederländerna som visat att goda förvaringsmöjligheter för cyklar stimulerar cykelinnehav och cykling eftersom oro för stöld är en anledning till att inte äga en cykel eller att använda sin cykel. Dessutom lyfter även Svensson (2008, s. 236-237) fram att enskilda nya eller förbättrade cykelstråk ger bättre säkerhet, framkomlighet och drar till sig cyklande från parallella vägar med biltrafik, särskilt när vederbörande informeras om det nya stråket. Med bland annat cykelleasing kan företag förse de anställda med cykel som en friskvårdspremie. Genom att förse de anställda med cykel antingen genom leasing, utlåning eller som gratisförmån skapas större medvetenhet om fysiskt aktiva pendlingsmedel (Titze, Martin, Seiler, Stronegger & Martin 2001, s. 105). Kingham, Dickinson

Mobility Management – att minska bilpendling och öka aktiv pendling i privata företag

och Copesey (2001, s. 158) menar att förbättrade cykelvägar och omklädningsrum samt säkra cykelparkeringar kan bidra till en ökning av cykling.

Hälsocyklister inom landstinget i Uppsala län

Sedan 2003 har Uppsala läns landsting genomfört projektet *Hälsocyklister* som syftar till att få anställda som arbetspendlar med bil, buss eller tåg att cykla till arbetet istället. Projektet riktade sig till samtliga 11 000 anställda inom landstinget. De som ville delta i projektet skrev på ett kontrakt där de lovade att cykla till jobbet minst tre dagar i veckan under ett år. I gengäld fick deltagarna cykeldator, cykelhjälm och regnställ. Dessutom erbjöds deltagarna ett konditionstest före och efter testperioden. Priser lottades ut till de cyklister som cyklat mest under året. Totalt har cirka 400 anställda deltagit i projektets första omgång, som löpte 2003- 2006 och av dem har ungefär 85 % fullgjort sitt åtagande. Utvärderingarna för 2004-2006 visar att cirka 100 nya anställda har deltagit per år. Beräkningarna utgick från att cyklingen helt ersatte samåkande, bilkörning, buss eller kommunalt åkande. Genomsnittligt har dessa deltagare tre kilometers avstånd till jobbet (Evanth, Hiselius & Rosqvist 2008).

Trivectors beräkningar visar att projektets vinster har uppgått till cirka 1,4 miljoner kronor till kostnader av 0,28 miljoner kronor. Därmed är netto nyttan 1,1 miljon kronor. Kostnaderna inbegriper utgifter för regnställ, cykelhjälm och cykeldator, kostnaden för projektledning samt kostnader för konditionstest, priser och montering av cykeldatorer. Vinsterna genereras av minskade externa kostnader samt minskade kostnader genom den minskade sjukfrånvaron bland deltagarna. Utvärderingen för 2006 visar att antalet sjukdagar per deltagare har minskat från tio till fem (Evanth et al. 2008). Enligt Pernilla Hyllenius från Trivector omfattar effekterna av projektet *Hälsocyklister* inom Landstinget i Uppsala län år 2008 200-250 färre parkerade bilar per dag samt en minskning av CO₂-utsläpp med 55 ton per år (Presentation om mobility management-åtgärder). Sedan dess har landstinget startat nya hälsocyklistgrupper varje år (www.trivector.se).

Hälsotrampare och övriga delprojekt för främjande av cykling i Lund

Lunds kommun har genomfört många beteendepåverkande åtgärder för att främja hållbara färdmedlen, dvs. gång, cykel och kollektivtrafik. Alla mobility management åtgärder samordnas genom ett mobilitetkontor som arbetar med att informera, utbilda och erbjuda rådgivning till företag och organisationer om hur de kan miljöanpassa sina transporter (Hiselius, Janzon &

Mobility Management – att minska bilpendling och öka aktiv pendling i privata företag

Josefsson 2011). *Hälsotrampare* är ett projekt som startades redan 1999 och innebär att bilister provar på att cykla till jobbet under ett år. Hälsotramparna bestod av bilpendlare som förband sig att under ett år cykla till och från jobbet. Publiciteten kring dessa personer och aktiviteten i sig var omfattande. Projektet blev lyckat och flera nya grupper med hälsotrampare har startats (Rydén et al. 2005). Deltagaren utrustas av kommunen med regnställ, reflexväst, cykelbelysning, cykeldator och cykelhjälm. 60 % fortsätter att cykla efter årets slut (www.lund.se).

Hälsotramparna som redan hade relativt god fysik innan de deltog i kampanjen hade förbättrat sin kondition och sin hälsorelaterade livskvalitet med 10 % samtidigt som deras stress hade minskat med ungefär 10 %. Ekonomiskt har varje deltagare sparat ungefär 5000 kr per år eller 400 kr per månad enbart på kostnaden för bensin eller cirka 16 000 kr per år om hela bilkostnaden räknas med. (Ljungberg et al. 2002, s. 85). Dessutom drivs vår och höst *Cykla till jobbet* kampanjen, en företagstävling i samarbete med Korpen. Dessutom sprids det information i kommunen genom *Cykeltrycket* som är ett informationsblad till hushåll och cyklister som under senare tid främst distribuerats via bibliotek, medborgarkontor och Lundahoj samt till cyklister längs cykelvägar. Vidare kan Lundaborna söka hjälp via *Cykeltelefon och Cykelkommunens hemsida. Cykelkarta och Cykelturskartor* som innehåller tips på olika cykelutflykter med karta och sevärdheter erbjuds också till medborgarna. (Rydén et al. 2005). Genom mobilitetkontoret har åtgärderna genomförts område för område i Lund. Utvärdering av dessa åtgärder visar på att ungefär en femtedel av lundaborna reser mer hållbart idag. (Hiselius et al. 2011).

20-milsklubben

Förutom åtgärder mot målgruppen som har boenden nära sina arbetsplatser, kan en annan typ av åtgärd införas oberoende av boendeområde. Åtgärden kallas för 20-milsklubben och handlar om att deltagare kan samla poäng när de själva vill genom att gå, springa eller cykla. Deltagarna ska gå eller springa 20 mil under till exempel 3 månader. Att cykla 3 km kan motsvara 1 km promenad. När deltagarna har gjort någon av dessa aktiviteter antecknar de på sin lista, hur de har motionerat och antalet "promenadkilometer" som det motsvarar. Detta kan utformas till en tävling där olika företag eller olika avdelningar får poäng utifrån hur aktiva medarbetarna är. Projektet på Ullevål sykehus i Oslo ledde till att de tre avdelningar som hade flest aktiva medarbetare fick 25 000, 15 000 respektive 10 000 kr som premie. Tillsammans med en cyklingskampanj omfattar effekterna minskade transportkostnader, minskat behov av parkeringsplatser och förbättrad hälsa. (Ljungberg et al. 2002, s. 84).

3. Metod

3.1 Design av studien

För att kunna uppnå uppsatsens syfte och erhålla svar på frågeställningarna krävdes en djupare insikt kring de anställdas resvanor på IKEA i Älmhult. Således användes både kvantitativa och kvalitativa metoder i form av enkäter och intervjuer för insamling av empiriskt material. Denna kombination av olika metoder kallas för flermetodsforskning, vilket kan medföra att positiva aspekter av båda metoderna kan tillgodoses (Bryman 2013, s. 555). Studiens teoretiska referensram bygger främst på litteratur i form av vetenskapliga artiklar men även annan relevant litteratur som behandlar ämnet har använts. Det finns huvudsakligen två forskningsansatser som omtalas i litteraturen; deduktiv och induktiv. Deduktiv ansats innebär att litteratur inom området används som utgångspunkt för att identifiera teorier och idéer. Dessa utnyttjas sedan för att definiera hypoteser som därefter testas mot det empiriska materialet. Induktiv ansats innebär att resultatet som erhållits i det egna forskningsprojektet används som utgångspunkt för att skapa nya teorier, vilka sedan relateras till existerande litteratur (Saunders, Lewis & Thornhill 2009, s. 61). I vår studie har vi tillämpat abduktiv ansats då vi både har moment som kan betecknas som induktiva och deduktiva. Uppsatsen är huvudsakligen induktiv eftersom vi främst avser att generera ny kunskap gällande pendlingsvanor, men det förekommer även deduktiva inslag då resultatet jämförs med tidigare forskning.

3.2 Kvantitativa och kvalitativa förhållningssätt

3.2.1 Kvantitativa metoder

Uppsatsen kommer till viss del att tillämpa kvantitativ metod, vilket innebär att forskaren samlar in data och empiri på ett systematiskt sätt som sedan kan sammanställas i statistisk form. Genom att undersöka ett generaliserat representativt urval vill forskaren kunna mäta, finna orsakssamband och fördelningar som kan styrka hypotesen. Fokus läggs därför på att uppnå ett resultat som går att replikeras, det vill säga upprepas (Bryman 2013, s. 167-169).

Kritik framförs ofta mot kvantitativa metoder i samhällsvetenskaplig forskning. Detta beror på att kvantitativa metoder försöker applicera naturvetenskapens förhållningssätt till forskning där forskaren söker uppnå mätbarhet och kontinuitet i resultaten. Människans och samhällets nyanser

anses därför av vissa gå förlorad. Mätningarna anses också leda till en känsla av tillgjord äkthet och falsk precision. Sambandet mellan forskning och vardag försvåras av att forskaren förlitar sig på mätningarna. Forskaren kan till exempel inte förutse ifall respondenterna tolkar frågan på rätt sätt eller ens har kunskap för att kunna besvara den (Bryman 2013, s. 171-172). I denna uppsats har målet med kvantitativ metod varit att kunna skapa en tydligare sammanställning av olika fördelningar i urvalet som inte hade varit möjligt med kvalitativ metod.

3.2.2 Kvalitativa metoder

För att ge ytterligare djup till uppsatsen har även moment av kvalitativ natur tillämpats. Med kvalitativ metod kan forskaren tolka insamlad data subjektivt vilket kan fånga de företeelser som inte är beräkningsbara och systematiska, såsom mänskliga värderingar, åsikter och beteenden relaterat till en viss kontext (Bryman 2013, s. 361-362). Vanligt förekommande kritik mot kvalitativ forskning är att dess slutsatser är allt för subjektiva, saknar struktur och inte är generaliserbara i samma mån som kvantitativ metod (Bryman 2013, s. 368-369). Med uppsatsens kvalitativa del vill vi tillföra mindre mätbara attribut såsom personliga åsikter bland de anställda och från fyra personer som jobbar med hållbarhetsfrågor inom IKEA.

3.3 Kvantitativ enkätundersökning

För att kunna erhålla empiri som bistår till att uppnå syftet har en kvantitativ enkätundersökning utformats. Denna metod gör det möjligt att snabbt och kostnadseffektivt nå ut till en stor respondentgrupp då det inte krävs att administratören närvarar vid svarstillfället (Trost 2012, s. 135). Respondenten kan själv välja när denne vill fylla i enkäten och behöver inte uppleva den press som kan uppstå ifall en intervjuare är närvarande, så kallad intervju effekt. Enkäter försäkrar också bättre standardisering då varje respondent har erhållit och svarat på samma frågor (Trost 2012, s. 57). Nackdelar med kvantitativ enkät där inte administratören närvarar är att denne inte kan besvara respondenternas frågor och funderingar. Andra nackdelar är att administratören inte kan ställa uppföljningsfrågor eller för många frågor då det kan innebära att respondenten tappar intresset av att fullfölja enkäten (Bryman 2013, s. 228-230).

Undersökningsmetoden bedöms vara lämplig eftersom den passar undersökningens ändamål, då den avser att undersöka anställdas vanor och attityder i en organisation på ett storskaligt och

beräknligt sätt, vilket inte hade varit möjligt med enbart kvalitativa intervjuer. Frågornas utformning ger tillgång till variabler som kan sammanställas statistiskt.

3.3.1 Konstruktion och Distribution av enkät

Enkäten består främst av slutna frågor, men innehåller även ett fåtal öppna frågor. Till de frågor som kan besvaras med överlappande svarsalternativ valdes slutna frågor medan de som krävde en större bredd av svarsalternativ utformades som öppna frågor. Slutna frågor har givna svarsalternativ och är lätta att sammanställa och beräkna, men kan innebära avsaknad av svarsalternativ som tillfredsställer respondenten (Bryman 2013, s. 245-246). Öppna frågor innebär att respondenten kan svara exakt på det sätt som denne tycker är passande, vilket ger rum för bredd och oförutsägbarhet bland svaren. Denna typ av frågor är oftast av berättande karaktär. Negativa följder av för många öppna frågor är att de blir svårare att bearbeta och sammanställa statistiskt (Trost 2012, s. 72). Enkätfrågorna är formulerade utifrån tidigare forskning och teorier samt syftet och frågeställningarna. Enkäten inleds med personliga faktafrågor som därefter följs av frågor som rör de anställdas handlingar och beteende vid pendling för att få en översikt av de anställdas nuvarande pendlingsvanor. Frågorna berör områden som geografisk sträcka, pendlingschema, val av färdmedel och vilka bakomliggande orsaker som påverkar pendlings utformning. Slutet av enkäten rymmer tre attitydfrågor som undersöker vad som kan få respondenterna att ändra sina vanor. Syftet med dessa frågor är att få förståelse för vilka möjligheter det finns för förändring.

Enkätundersökningen framställdes i Google Forms med hjälp av Transportgruppen inom IKEA Sustainable Älmhult Network och Service Design Researchers på Kungliga Tekniska Högskolan. Länk till enkätundersökningen lades upp på IKEA i Älmhults intranät och svarsperioden varade mellan den 31:e mars och den 22:e april. I enkätsvaren framkom det att många respondenter hade valt alternativet "None of the above" på fråga 23, 24 och 25. Därför tog vi kontakt med de som hade bifogat sin email adress med frågor om varför de valt svarsalternativet. Naturligtvis saknar deras svar kvantifierbarhet, men de visade sig vara mycket intressanta ur ett kvalitativt perspektiv. Enkätens frågeformulär finns bifogat i bilaga 1.

En avancerad distributionsform är att använda sig av en webbenkät. Den baseras på att datainsamling sker med hjälp av internet. Enkäten finns och fylls i direkt på internet genom att

Mobility Management – att minska bilpendling och öka aktiv pendling i privata företag

respondenten själv, via bifogad länk, navigerar sig till den webbplats där enkäten finns. Fördelarna är främst att det är ett kostnadseffektivt och snabbt tillvägagångssätt för att nå ut till ett större antal respondenter samt att data registreras direkt när respondenten fyller i enkäten, vilket innebär att risken att bearbetningsfel uppstår när enkätdata ska kodas in i statistikprogram minskar. Nackdelarna med webbenkäter är dock påtagliga. Risken för bortfall är stor, planeringen kräver ofta viss teknisk kompetens och framförallt är risken stor att urvalet av respondenter inte är representativt för den population som ämnas undersökas (Lantz 2014, s. 49-50).

3.3.2 Enkätens Urval och bortfall

Urvalet för enkäten bestod av ett bekvämlighetsurval, vilket innebär att urvalet utgörs av de respondenter som finns tillgängliga för forskaren (Trost 2012, s. 30). Gällande uppsatsens enkätundersökning, är det de runt 4000 anställda på IKEA:s olika bolag i Älmhult som fått tillgång till den via det lokala intranätet. Bortfall är en naturlig del av undersökningar då det nästan alltid finns respondenter som inte har tid, vilja eller kunskap att besvara enkäten (Bryman 2013, s. 192). Enkätundersökningens distribution, längd, språkval och personliga frågor kan antas varit bidragande faktorer till bortfallet.

3.3.3 Statistisk bearbetning

Bearbetning och analys av enkätundersökningens slutna och öppna frågor har skett med statistikprogrammet ”Statistical Package for Social Sciences” (SPSS) program version 22. För att få förståelse och vägledning för hur programmet fungerar användes huvudsakligen Wahlgren (2013). För att möjliggöra statistisk databearbetning har de slutna och öppna frågorna i efterhand kodats i siffror.

För att kunna analysera enkätmaterial har de sammanställts univariat. Vid univariat analys genomförs analysen enbart med en variabel och resultatet sammanställs ofta i form av frekvenstabeller och olika diagram. Med de univariata analyserna har vi kunnat få överblick över hur fördelningen ser ut i respondentgruppen utifrån geografi, förutsättningar och attityder. (Bryman 2013, s. 322).

3.4 Kvalitativ intervju

Tillskillnad från kvantitativa intervjuer, som avser intervjuer baserade på ett i förväg strukturerat frågeformulär liknande en enkät där svaren kan analyseras statistiskt och generaliseras, vill forskaren med kvalitativa intervjuer tolka den sociala verkligheten och samhället genom människorna som lever där (Ryen 2004, s. 77). Mer eller mindre ostrukturerade “djupintervjuer” är en vanlig metod för att samla in data inom ramen för kvalitativa studier. Intervjuer som baseras på personlig interaktion mellan en intervjuare och en respondent brukar delas in i besöks- och telefonintervju. En besöksintervju innebär att en intervjuare uppsöker respondenten som ska intervjuas på en plats som passar denne, till exempel på arbetsplatsen. Intervjun genomförs baserat på det förberedda frågeformuläret. Besöksintervjuer för datainsamling är både kostsamt och tidskrävande jämfört med vanliga enkäter, men i vissa fall är det nödvändigt för att säkerställa kvaliteten på svaren. Dessutom finns det risk att intervjuaren påverkar respondenten med sitt tonfall eller sitt sätt att förklara frågor som respondenten kan uppfatta som oklara i ett första skede, vilket naturligtvis kan vara helt omedvetet från intervjuarens sida, men som ändå kan leda till felaktiga resultat. En stor fördel är att mer komplicerade frågor kan ställas jämfört med en vanlig enkät, eftersom oklarheter i frågan ofta kan lösas just genom den personliga interaktionen (Lantz 2014, s. 50-51).

Intervjufrågorna formulerades för att få svar på vår frågeställning beträffande möjliga åtgärder som kan införas för att uppnå hållbart resande. Frågorna berörde således de åtgärder som IKEA i Älmhult har vidtagit tidigare och vilken effekt dessa haft samt vilka åtgärder som har planerats att införas. Vidare ställdes frågor om vilka problem intervjupersonerna upplever på arbetsplatsen gällande pendling. Genom intervjupersonerna har vi kunnat erhålla personliga perspektiv på hur de uppfattar pendlingen bland de anställda i Älmhult och vilka konkreta åtgärder som vidtagits hittills. Detta kan hjälpa oss att få en uppfattning om hur personer som jobbar med hållbarhetsfrågor uppfattar problemen och ifall åtgärderna är lämpliga för de resultat som erhållits från enkätundersökningen.

3.4.1 Urval till intervju

För att hitta lämpliga respondenter att intervjua användes ett mindre omfattande snöbollsurval. Detta innebär att forskaren tar kontakt med respondenter och sedan via dessa får tips om andra lämpliga respondenter (Bryman 2013, s. 196). Intervju 1 skedde med Rikard Hansson som är

Mobility Management – att minska bilpendling och öka aktiv pendling i privata företag

produktutvecklare inom facility och är ansvarig för framtagandet av tjänste- cyklar för transporter inom Älmhult. Han har varit anställd av IKEA och bott i Älmhult under många år. Intervjun skedde på kontorshuset den 22:e april 2015 i Älmhult. Intervju 2 skedde med Nina Fall, deputy sustainability manager för IKEA Sweden sedan februari 2015. Innan dess har hon jobbat som sustainability leader i Älmhult. Intervjun genomfördes via telefon den 6:e maj 2015. Ytterligare intervjuer genomfördes den 5:e oktober 2015 på IKEA i Älmhult. Intervju 3 skedde med Malin Sennevall som är Strategisk kommunikatör på IKEA AB och intervju 4 skedde med Helena Bertilsson vars arbetsposition är sustainability coordinator och operativ vd-assistent. Intervjuurvalet har gjorts för att kunna ge inblick och tillföra diskussion om åtgärder som faller inom mobility management-området och saknar därför generaliserbarhet. Urvalet är inte representativt för samtliga företag eller anställda som arbetar med hållbarhetsfrågor.

3.4.2 Konstruktion och genomförande av intervju

Bearbetning och insamling av intervjumaterial har skett på ett systematiskt, hederligt och begripligt sätt. Alla intervjuerna har spelats in med diktafon med respondentens tillåtelse. Reliabiliteten höjs ifall intervjusamtalet spelas in, då det förmodligen innebär mer korrekta transkriberingar och mindre påverkan från forskarna. (Ryen 2004, s. 142). Intervjumallen var semistrukturerad, vilket innebär att intervjuaren följer ett förberett frågeformulär, men har möjlighet att ställa frågorna i en annan ordning, omformulera och ställa följdfrågor. Flexibiliteten ökar sannolikheten för att de mest centrala frågorna ställs och ger mer frihet samt insikt för erhållande av beskrivande och unika svar (Bryman 2013, s. 415). Ingen av de två respondenterna erhöll den preliminära intervjuguiden innan intervjutillfället. Intervju 1, 3 och 4 skedde ansikte mot ansikte medan intervju 2 ägde rum via telefon. Längden för telefonintervjuerna begränsades till 30 minuter vilket är den rekommenderade tidsramen för intervjuformatet (Bryman 2013, s. 209). För utförlig intervjuguide se bilaga 2.

3.5 Vetenskapliga artiklar och litteratur

Teorier som analyseras och diskuteras är hämtade från vetenskapliga artiklar från välrenommerade journaler, tillgängliga på Lunds Universitets artikeldatabas LUBSearch, samt litterära verk och branschdokument. Detta för att erhålla fakta som passar det spektrum av

nyckelbegrepp som skall studeras. Sammanfattningsvis har målet varit att skapa en omfattande teoretisk referensram samt stödja de empiriska metoderna.

3.6 Reliabilitet och validitet

För att bedöma en kvantitativ undersöknings trovärdighet utgår undersökaren från två begrepp: reliabilitet och validitet. Reliabilitet är tillförlitligheten i en undersökning och bestäms hos en kvantitativ mättningsstudie av tre faktorer: Den första är stabilitet, vilket innebär att resultatet av studien ska vara detsamma, även vid upprepade mätningar. Internbedömarreliabilitet innebär att resultatet blir detsamma oberoende av vem som utför studien. Intern reliabilitet innebär hur väl olika delar av studien mäter samma sak. Hög reliabilitet avser hög trovärdighet och resultatet kan därmed återanvändas i framtida forskning och appliceras på studier med nya enkätsrespondenter och observatörer (Bryman 2013, s. 161). För att stärka reliabiliteten i vår studie har vi försökt att utforma tydliga enkätfrågor och därmed öka sannolikheten att respondenterna tolkar frågorna på samma sätt. Vi har använt ord och termer som vi förväntar oss att de anställda på IKEA känner till och vi lät även representanter från IKEA granska frågorna för att bekräfta att de var lättförståeliga och uppfattades entydigt. Vi har dock inte låtit IKEA påverka själva innebörden av frågorna, utan snarare formuleringarna och ordvalen. Till vissa av de lite mer komplicerade frågorna inkluderade vi även noggrannare förklaringar.

Begreppet validitet avser hur väl de utformade indikatorerna verkligen mäter det som skall undersökas. Det kan exempelvis handla om att de teoretiska begrepp som används vid undersökningen är relevanta för undersökningens syfte. Validiteten kan bedömas genom att utföra undersökningen på flera olika sätt och därefter jämföra resultaten. Om undersökningen ger samma resultat oberoende av tillvägagångssättet, kan validiteten anses vara stark (Bryman 2013, s. 163). För att stärka validiteten har vi försökt formulera enkätfrågor som är relevanta för vår undersökning, det vill säga formulera frågor som mäter IKEA:s anställdas resvanor och attityder till olika resformer, vilket är undersökningens syfte. Dessutom har vi tillämpat programmet SPSS för att bearbeta data och att analysera statistik för att säkerställa validitet i resultatet.

I kvalitativ forskning måste forskare förhålla sig annorlunda till reliabilitet och validitet, då det inte är mätbarhet som är det huvudsakliga intresset (Ryen 2004, s. 137). För att kunna uppnå reliabilitet och validitet har vi försökt nå upp till 4 kriterier: sanningsvärde, tillämplighet,

konsistens och neutralitet. Genom att hålla oss medvetna om metodens konsekvenser på insamling och tolkning av email-svar samt intervjuer upplever vi att vår påverkan på materialet varit begränsad.

3.7 Forskningsetik

Uppsatsen har sin grund i en undersökning som utförs på uppdrag av KTH och IKEA.

Undersökningen utreder möjligheter att införa små lätta elfordon på IKEA i Älmhult. Det är därför intressant att även undersöka de anställdas jobbrelaterade resvanor. Enkäten utformades i samarbete med KTH och IKEA. Detta innebär att vissa frågor som ställs i enkäten och som inte rör uppsatsens syfte inte behandlas i uppsatsen. Sammanställning av resultatet av svaren på frågorna har presenterats i statisk form för KTH och IKEA separat. Vi intygar att varken IKEA eller KTH har påverkat de resultat och slutsatser som vi presenterar i uppsatsen.

Under forskningsprocessen har vi förhållit oss till fyra kriterier för god forskningsetik. Dessa är informationskravet, samtyckeskravet, konfidentialitetskravet samt nyttjandekravet som utformats av vetenskapsrådet (2002). Informationskravet innebär att respondenterna ska göras medvetna om undersökningens frivillighet och syftet med undersökningen. Samtyckeskravet innebär att respondenterna ger ett aktivt samtycke till att delta i undersökningen. Både informationskravet och samtyckeskravet redogörs för i enkätens inledning. Nyttjandekravet inbegriper att inga utomstående personer får nyttja det insamlade grundmaterialet. Genom att förvara rådata på ett säkert och oåtkomligt sätt uppnås konfidentialitetskravet. Vi har inte låtit någon obehörig person som inte är delaktig av undersökningen ta del av materialet och det finns inte tillgängligt för utomstående.

4. Empiri

I följande kapitel presenteras fallstudieföretaget och den lokala omgivningen för främst cykling. Därefter redovisas för vårt syfte relevanta delar av undersökningens resultat.

4.1 IKEAs och kommunens strategier för främjande av cykling i Älmhult

IKEAs hållbarhetsstrategi för 2020 ”People & Planet Positive” innebär att företaget säger sig vilja bidra till att förbättra livskvaliteten för människor och samhällen och att stödja en värld som blomstrar inom planetens resurser (www.ikea.se). För att uppnå målet har koncernen utfört och ska ytterligare utföra olika åtgärder i olika affärsområden. Idag finns det ungefär 4000 anställda på IKEA:s bolag i Älmhult. Hälften av dem pendlar till jobbet genom tåg, buss och bilar. Det har blivit trångt om utrymme för parkeringsplatser i Älmhult. På grund av ett nybyggt hotell och andra planerade nya byggnader såsom museum och produktutvecklingscenter kan mindre mark användas för bilparkeringar. Således försöker organisationen uppmuntra fler anställda som bor i närheten att ta cykel till arbetet (Intervjuperson 2).

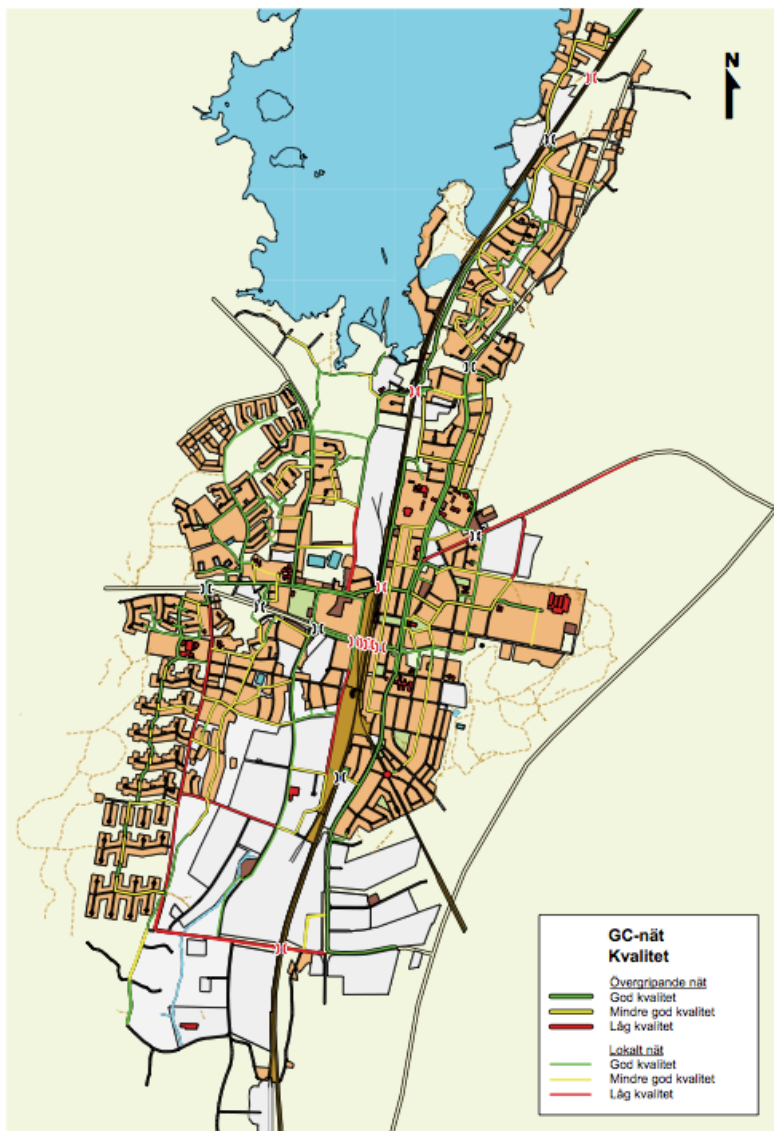
Älmhults kommun satsar mycket på cykeltrafik och har därför ett relativt väl utbyggt gång- och cykelvägnät. Ett primärt mål i kommunens cykelpolicy är att öka cyklingen i Älmhult.

Kommunen strävar också efter att uppnå en god cykelkultur där det är naturligt med samspel cyklister emellan och mellan cyklister och andra trafikantgrupper. Separering mellan olika trafikslag och biltrafikens hastighet på blandtrafiklänkar avgör kvaliteten på cykellänken och avgör både framkomlighet och säkerhet. Enligt Älmhults kommun (2009), innebär en tillfredställande standard i det övergripande cykelnätet att följande

Mobility Management – att minska bilpendling och öka aktiv pendling i privata företag

grundkrav är uppfyllda: 1) cyklisterna separeras från biltrafiken. 2) cykelbanor är belagda och har belysning. 3) korsningar med lokalgator utförs förhöjda och med vägmarkeringar. Framkomligheten på de viktigaste länkarna i det övergripande cykelnätet prioriteras i förhållande till framkomligheten för biltrafik på lokalgator.

Figurer 3 visar en kvalitetsbedömning för cykelvägar i Älmhults kommun och kvalitetsbedömningen bygger på om cykelvägen är separerad från biltrafik eller inte, samt på den hastighet som fordonen har i en eventuell olycka. Om en sträcka ingår i huvudvägnätet och den inte är separerad från biltrafik och 85- percentilen ligger på över 50 km/h, har länken låg kvalitet och markeras som röd på kartan för övergripande cykelnät kvalitet. I det lokala cykelnätet finns flera länkar med låg kvalitet, bl. a Danska vägen, Västra och Södra Ringvägen.



Figur 3. GC-nät Kvalitet. Källa: Älmhults kommun (2009).

Kvalitetsnivå vid angiven separeringsgrad			
Länktyp	Kvalitetsnivå vid angiven färdhastighet 85-percentil		
	< 30 km/h	30 - 50 km/h	> 50 km/h
Länk i det övergripande cykelnätet utmed biltrafik	grön	gul	röd
	Ej biltrafik		
Separerad cykelbana	grön		

tabell 1. Kvalitetsnivå vid angiven separeringsgrad. Källa: Älmhults kommun (2009).

4.2 Arbetspendling och förutsättningar i nuläget

Undersökningen stängdes på förmiddagen den 22:e april 2015, och efter denna dag mottogs inga fler inkommande svar. Enkäten gjordes tillgänglig för totalt 4023 anställda via IKEAs intranät. Med 245 inkomna besvarade enkäter uppgick den totala svarsfrekvensen bland dem som nåtts av enkäten till 6 %. Svarsgruppen bestod av 245 personer i åldrarna 18-64 år på IKEA-bolagen i Älmhult. För utförlig redovisning av enkätens resultat, figurer och tabeller, se bilaga 3.

Bland de 245 respondenterna har 96 % körkort och 81 % har en eller flera bilar. När det gäller tillgång till olika färdmedel bland respondenterna, är andelen med tillgång till bil, cykel och kollektivtrafik nästan lika stora, dvs. 86 %, 86 % respektive 74 %. Dessutom har ungefär 92 % av respondenterna tillgång till gratis bilparkering på arbetsplatsen. Gällande färdmedel för pendling (Bilaga 3), använder ungefär 42 % av respondenterna enbart bil för att ta sig till jobbet. Kollektivtrafiken står totalt för 38 %, varav kombinerad transport står för 18 %, 18 % pendlar med tåg och 2 % med buss. Dessutom står andelen av cykling/gång för 18 %, därav cykling 13 % och gång 5 %. Enbart 2 % pendlar med företagsbuss. Ur ett reslängdsperspektiv, har de flesta respondenterna (47 %) en reslängd mellan 5-100 km och bilpendling dominerar i denna grupp (62 %). Ungefär 29 % av 245 respondenterna bor inom 5 kilometer, av dem pendlar 60 % med cykel eller gång och 39 % pendlar med bil. Pendlingsgruppen som pendlar mellan 100-200km står för ungefär 22 % och kollektivtrafik är det vanligaste färdmedlet (84 %). Totalt sett är bilresandet dominant vad gäller sträckor mellan 0-100km (53 % av 187 st.) medan aktiv pendling och kollektivtrafik är lika stora (dvs. 23,5%). För sträckor mellan 100-500km gäller kollektivtrafik (se Bilaga 3). Ser vi till boendeområden så är den bland respondenterna mest frekventa bostadsorten Älmhult (cirka 35 %), följt av Malmö (cirka 12 %) och Växjö (cirka 7 %). Ungefär 35 % av respondenterna bor i Älmhult (85 stycken). Av dessa använder 46 % av de anställda bil som färdmedel för att ta sig till jobbet medan 52 % väljer cykel/gång (38 % med cykling och 14 % med gång). Enbart 2 % tar kollektivtrafik (bussen). (se Bilaga 3).

Mobility Management – att minska bilpendling och öka aktiv pendling i privata företag

Drivkrafter för val av bil	Antal	Procent
Ingen tillgänglig kollektivtrafik/lång reslängd	32	31%
Bekvämlighet/enkelhet/snabbhet/flexibilitet/frihet/ tids- och kostnadsbesparing	29	28%
Att skjutsa familjemedlemmar	21	20%
Färdmedel för intern förflyttning	7	7%
Kollektivtrafikens bristande pålitlighet, högre pris och låga turtäthet	5	5%
Väder- och säsongberoende	5	5%
Att åka hem vid lunchtiden för hundens skull, inga fast arbetstid	3	3%
Inget svar	1	1%
Totalt	103	100%

tabell 2: Drivkrafter för bilresandet

Drivkrafter för cykling/gång	Antal	Procent
Hälsa, kostnadsbesparing, miljövänlighet, flexibilitet, enkelhet, bekvämlighet	27	63%
Kort avstånd	7	16%
Väderberoende	7	16%
Brist på parkeringsplats på jobbet	1	2%
Inget svar	1	2%
Totalt	43	100%

tabell 3: Drivkrafter för cykling/gång

På frågorna om vad som gör att de anställda väljer bil så svarade den största andelen 31 % av 103 bilister att avståndet mellan boende och arbetsplats är för långt eller att kollektivtrafik inte är tillgänglig. 28 % (näst största andel) av 103 bilister menar att bland annat snabbhet, flexibilitet, frihet och tidsbesparing är drivkrafter som gör att de åker bil till jobbet. 5 % menar att de inte är nöjda med kollektivtrafikens punktlighet eller turtäthet (tabell 2). 5 % av totalt 103 bilister (tabell 2) och 16 % av 43 cyklister/fotgängare (tabell 3) väljer färd sätt beroende på väder och säsong. 16 % (näst största andel) av totalt 43 cyklister/fotgängare svarade att kort avstånd är en drivkraft som gör att de tar cykel eller går till jobbet (tabell 3). Dessutom tar 20 % av respondenterna bil till jobbet på grund av behovet att skjutsa familjemedlemmar. En respondent säger att med bilen

Mobility Management – att minska bilpendling och öka aktiv pendling i privata företag

kan hon effektivt göra olika aktiviteter under dagen, till exempel att hämta/lämna barn, handla, träna, jobba 8 timmar. 63 % av 43 aktiv pendlare svarade att de cyklar eller går till jobbet därför att det är hälsosamt, billigt, miljövänligt och enkelt.

4.3 Eventuella mobility management-åtgärder

Eftersom IKEA Älmhult inte kan tillgodose rekryteringsbehovet i den centrala orten är det viktigt för IKEA att jobba med pendlingslösningar för de anställda (Intervjuperson 1).

Intervjuperson 2 beskriver att målet är att medarbetarna ska välja kollektivtrafik för längre arbetsresor, men ser ändå ett fortsatt behov av att vara så flexibel som möjligt för att nå optimal nyttjandegrad (ibid). IKEA har vidtagit åtgärder såsom utveckling av nya cykelfaciliteter, bilpool-möjligheter och tillgång till internbussar. Många av dessa faller in på åtgärder för att stödja intern förflyttning som inte nödvändigtvis underlättar för arbetspendling mellan hem och arbete. Intervjuperson 3 berättade att IKEA vill ha väldigt höga hållbarhetsmål överlag:

“... vi vill bli energioberoende och vi vill minska alla typer av fossila utsläpp. Så det är klart att det påverkar hur våra medarbetare tar sig till jobbet, det handlar inte bara om vad IKEA gör utan även vad våra medarbetare gör. Så det är klart att vi vill uppnå det.” (Intervjuperson 3)

Enligt intervjuperson 3, är det största hindret för att få mer hållbart resande bland de anställda på IKEA i Älmhult invanda beteenden.

“Problemen är väl, invanda beteenden, att framförallt lokalbefolkningen väljer att ta bilen trots att de bor 2 kilometer bort. Det är lite det vi vill titta på med till exempel den här Twizzyn, ifall det kan få folk att lämna bilen hemma och uppmuntra till att, när folk väl har börjat göra det, inse att det inte är så besvärligt att cykla eller att köra elbil.” (Intervjuperson 3)

Enligt Intervjuperson 1 hade nog många av bilisterna som bor i Älmhult kunnat ta cykeln till arbetet istället. Han tycker att företaget ska jobba mer med attityder. Angående attityden till minskning av bilresande i utbyte mot cykling/gång (Bilaga 3), anser de flesta respondenterna (ca 64 % av 163 stycken) inte att åtgärderna har betydelse för att minska bilanvändningen och istället ta cykel eller gå till jobbet. Därmed har enbart 36 % av 163 stycken (dvs. ungefär 59 respondenter) pekat på alternativa åtgärder som de tycker skulle kunna ge dem möjlighet och vilja till att avstå från att använda bilen och istället välja aktiv pendling.

4.3.1 Att minska bilpendling

Enligt intervjuperson 3, har IKEA inga regler alls för hur de anställda får använda bilparkeringarna på arbetsplatsen, annat än för handikapparkeringar. Dock planerar IKEA i Älmhult att minska antalet parkeringsplatser för att frigöra mark till nya byggnader (Intervjuperson 2).

“Dom kommer att göra ganska mycket här med den stora parkeringsplatsen här. Exakt vad som kommer att hända vet jag inte, men de tittar på det just nu. Det kommer att bli färre parkeringsplatser. Folk är generellt väldigt lata, dom vill parkera väldigt, väldigt nära sitt jobb. Om man får gå ett par hundra meter så kanske det kan påverka.” (Intervjuperson 3)

Emellertid är det en lång process att minska antal parkeringsplatser på jobbet eftersom det måste samordnas med att det finns alternativ som kan ersätta bilpendling, enligt intervjuperson 4. Hon menar att det är svårt att införa åtgärder såsom “Parking cash-out” eller “Parking policy” därför att gratis bilparkering alltid finns överallt i Älmhult. Hon tycker att det är väldigt svårt att införa specialregler på företaget lokalt när värderingen är att på IKEA är alla lika. Hon menar att det är svårt att införa “Parking cash-out” om det inte finnas pendlingsalternativ för de anställda, särskilt för dem som bor i glesbygd. Enligt intervjuperson 4, är företaget varken intresserat av “Parking charge” eller “Parking cash-out”. Beroende av svensk förmånsbeskattning blir “Parking cash-out” dyrt för företaget att göra det lönsamt för de anställda. Dessutom visar enkätundersökningen att enbart 2 respondenter har pekat på den möjliga åtgärden - “Parking charge for car park at workplaces” medan 12 respondenter har valt “Cash out instead of free car park at work” när det gäller frågan om vad som skulle få dem att oftare lämna bilen hemma och att gå eller cykla till jobbet istället (Se bilaga 3).

”... The possibility to work from home approx 1 day every week/every second week is really valuable - both from environmentally point of view and also in money”.

Föregående citat från en enkätrespondent visar tydligt fördelarna med att anställda arbetar från hemmet. Enligt enkätundersökningen, visar ungefär 17 % av totalt 167 respondenter intresse för distansarbete och flexibla arbetstider och att detta skulle kunna få dem att avstå bilen (Bilaga 3). Intervjuperson 3 berättar att IKEA mer och mer inriktar sig på att tillåta sina anställda att jobba på distans. De flesta anställda som pendlar får jobba någon dag hemma. Men egentligen beror det på personen. Hon menar att det är en bra miljömässig lösning att bilpendlarna får lämna bilen

Mobility Management – att minska bilpendling och öka aktiv pendling i privata företag

en dag i veckan. Intervjuperson 4 menar att det finns möjlighet för företaget att jobba med främjande av distansarbete som en del av hållbarhetsstrategin. Hon menar att det finns en frihet för att jobba hemifrån så länge det funkar för ens egen tjänst och så länge det inte är hela tiden utan med förnuft. Men detta gäller inte alla tjänster utan för en del tjänster måste arbetet utföras på plats, till exempel med support.

4.3.2 Aktiv pendling

Enligt enkätundersökningen, tycker 26 stycken respondenter att ”Individual behaviour change” kan få dem att oftare avstå bilen och istället välja aktiva former för pendling. Ungefär 12 % av respondenterna (20 stycken) tycker att “New/Better bicycle” kan få dem att ändra sina vanor. “More/Better maintained bicycle/walk paths” står tillsammans för ca.18 % (30 stycken) medan ungefär 7 % av respondenterna (11 stycken) har valt “Incentives by the company, e.g. free bike helmet, bike computer, rainwear etc.”. “Increased traffic safety for cyclists/pedestrians/Better walkways and lighting” står tillsammans för ungefär 13 % (21 stycken). “Possibility for shower/change clothes at work” står tillsammans för ungefär 12 % (20 stycken). (se Bilaga 3).

För att uppmuntra till cykelpendling planerar IKEA att till våren 2016 genomföra ett projekt med någon form med anknytning till projekt som hälsocyklister (Intervjuperson 4). Enligt intervjuperson 3, kommer cykelkampanjen att dras igång med hjälp av någon typ av tävling där det kanske går att vinna en cykel eller någonting liknande om en deltagare cyklar till jobbet till exempel tre gånger i veckan. Enligt enkätundersökningen menar en respondent att hade han haft en cykel så hade han valt att cykla till jobbet. Intervjuperson 4 menar att det vore optimalt om alla som bor inne i Älmhult tog sig till jobbet med cykel. Vissa förutsättningar för cyklister finns redan på IKEAs aktivitetshus, till exempel omklädningsrum, duschmöjligheter och liknande som är tillgängliga för alla. Dessutom finns det cykelpump på aktivitetshuset och cykelparkering vid arbetsplatserna. Kommunen har också satt upp en cykelpump mitt i orten. Utformandet av cykelvägar är en fråga för kommunen. IKEA planerar att ha en dialog med kommunen men det är inte klart när dialogen kommer att ske. Det fungerar bra att cykla inom IKEA:s områden.

“Egentligen är det en gånggata här, det är ingen väg egentligen. Vad är det, 25-30 man får köra så att på så vis, det sitter skyltar att du måste sakta ned. Så det är väl det man gör. Sen är det ju samarbete med kommunen om cykelbanor.” (Intervjuperson 4).

Enligt intervjuperson 3 ser de på hur de ska lösa problemen med cykelförvaring och de har även haft ett samarbete med Girocykel i Älmhult som tidigare åtminstone kommit och hämtat cyklar från bolagen som ligger längre ut.

4.3.3 Information och marknadsföring

Beträffande åtgärder som berör hållbara persontransporter, har företaget fört ut information kring åtgärderna såsom LEV-pool i dess veckovis utgivna personaltidning och via intranät (IKEA Inside) samt även via extern lokalpress i Älmhult, dvs. Älmhultsbladet. Därför är det allmän information som sprids, utan inriktning på en viss målgrupp. Dessutom ger företaget kortfattad och snabb informationen på de platta skärmarna som hänger på väggar i företaget. Vidare är det en möjlighet att marknadsföra information om hållbart resande genom medarbetarseminarier som sker tre gånger om året. Genom introutbildning går det även att informera om hållbarhet med avseende på persontransporter. (Intervjuperson 3 & 4). Enligt enkätundersökningen, tyckte knappt 3 % (enbart 4 stycken) att “relative information on bicycle/walk paths” är viktig för att få dem att avstå bilen för att istället gå eller cykla till jobbet (se bilaga 3).

4.4 Effekter

I fråga om vilka effekter IKEA förväntar sig av sina cykelprojekt, till exempel hälsocyklister, menar intervjuperson 3 att de inte har satt några mål för just detta projekt än, men att det är klart att de vill åstadkomma så mycket som möjligt. De vill ha friskare medarbetare, att fler tar sig till jobbet med cykel istället för att köra bil, minskade utsläpp och buller och att minska medarbetarnas kostnader (det är billigare att cykla än att köra bil). Enligt enkätundersökningen, är bensen och diesel de vanligaste drivmedlen bland de respondenter som äger bil (figur 2), lika stor andel (44 %) använder bensen och diesel. För att visa mängden av koldioxidutsläpp från privatbilar i förhållande till reslängden har vi formulerat två scenarier som visar möjlig minskning av utsläpp baserat på främst data av enkätundersökningen. Koldioxidutsläpp per personkilometer för bensen och diesel är 0,19 kg respektive 0,16 kg, vilket beräknats av Engström (2014). I tabell 4 redovisas att 1680 bilister (42 % av 4000 anställda) som genomsnittligt har en reslängd på 56 kilometer (räknas baserat på pendlare som har en reslängd mellan 0-100 km) per arbetsdag och reser ungefär 226 dagar per år genererar cirka 3721 ton koldioxidutsläpp.

Mobility Management – att minska bilpendling och öka aktiv pendling i privata företag

Scenario 1

<i>Bränslen</i>	<i>kg CO₂/km</i>	<i>Antal bilpendlare</i>	<i>KM/reslängd/arbetsdag</i>	<i>Arbetsdag ar/år</i>	<i>Ton CO₂/år</i>
<i>Bensin</i>	<i>0,19</i>	<i>840</i>	<i>56</i>	<i>226</i>	<i>2020</i>
<i>Diesel</i>	<i>0,16</i>	<i>840</i>	<i>56</i>	<i>226</i>	<i>1701</i>

tabell 4: Scenario 1 - beräkning av koldioxidutsläpps minskning om året

I tabell 5 visas att inom Älmhults kommun genererar 736 stycken bilister (80 % av totalt 46 % av 2000 pendlare) som har en reslängd på 8 kilometer i snitt per dag och pendlar 226 dagar cirka 233 ton koldioxidutsläpp om året.

Scenario 2

<i>Bränslen</i>	<i>kg CO₂/km</i>	<i>Antal bilpendlare</i>	<i>KM/reslängd /arbetsdag</i>	<i>Arbetsdagar/år</i>	<i>Ton CO₂/år</i>
<i>Bensin</i>	<i>0,19</i>	<i>368</i>	<i>8</i>	<i>226</i>	<i>126,4</i>
<i>Diesel</i>	<i>0,16</i>	<i>368</i>	<i>8</i>	<i>226</i>	<i>106,5</i>

tabell 5: Scenario 2 - beräkning av koldioxidutsläpps minskning om året

Ett vanligt mått på en parkeringsplats är 2,5 x 5 meter, men vilken bredd som verkligen krävs är beroende av hur bred den anslutande körbanan är. Dock skall parkeringsplatsen inte vara smalare än 2,30 meter (BRÅ 2004, s. 8). Baserat på det antagna minskade antal parkeringsplatser på 1680 stycken kan motsvarande yta för parkering minskas med 21000 M² medan en minskning med hälften av 1680 st. kan leda till en minskning av ytan på 10500 M². Ett annat scenario bygger på målgruppen boende inom Älmhults kommun. Enligt intervjuundersökningen, pendlar hälften av ca 4000 till jobbet utanför Älmhults kommun. Med andra ord, bor ca 2000 anställda inom Älmhults kommun. Enligt enkätundersökningen, står andelen av bilpendling för 46 % bland de boende i Älmhult men 20 % av dem har ett komplext resmönster och kan inte avstå från att använda bilen. Det skulle då bara vara möjligt att spara 736 stycken parkeringsplatser med en frigjord yta på 9200 M².

5. Analys

I detta kapitel bearbetas teorier från forskning kring mobility management med empiri från vår undersökning.

5.1 I nuläget ...

I vår fallstudie tar företaget upp problemet med ett bristande antal parkeringsplatser i Älmhult på grund av expanderade verksamheter som ett nytt hotell och nya byggnader för museum och för ett produktutvecklingscenter. Dessutom vill företaget minska sina fossila utsläpp. Företaget har utfört olika åtgärder för att minska sin miljöpåverkan och planerar att göra ännu mer för att kunna förverkliga sitt mål. Dessutom vill företaget att de anställda också skall medverka till att påverkan på miljön minskar. Därför vill företaget att andelen som pendlar med bil skall minska bland de anställda. Bilpendling står för den största delen medan aktiv pendling står för den minsta delen vid val av färdmedel. Från ett reslängdsperspektiv hamnar den största pendlingsgruppen mellan 0-100 kilometer och pendling med privat bil är det vanligaste färdmedlet inom denna pendlingssträcka. Från ett boendeområdesperspektiv så är en stor del av de anställda boende inom Älmhult och pendlar ändå med bil. Därmed ser vi en stor potential för företaget att jobba med beteendeförändringar för att minska andelen som pendlar med bil bland de anställda. Vi konstaterar att en hög andel bilinnehav och gratis parkeringsplatser är ett hinder för att genomföra en beteendeförändring. Andelen som innehar cykel är hög bland respondenterna, vilket innebär en potential för att förmå anställda att ta sig till jobbet med cykel. Dock är reslängden en barriärfaktor som gör att många anställda inte väljer att cykla eller gå till jobbet. Därför bör inriktningen på satsningen vara mot en målgrupp som bor i närområdet av arbetsplatsen. Enkätundersökningen visar att en ganska hög andel åker bil till jobbet av bekvämlighetsskäl, vilket innebär att det bör finnas möjligheter från företagets sida att förändra dessa bilisters resbeteende.

Genom mobility management-åtgärder går det att främja hållbara transporter och hantera de problem som uppstår med bilanvändning genom att förändra resenärers vanor och resbeteenden (EPOMM 2012). Forsell et al. (2010) menar att mobility management ger stor nytta för såväl samhället som individer och företag, till exempel minskade CO²-utsläpp i samhället, bättre hälsa och ekonomi för individen, friskare personal och lägre kostnader för företaget. Den största fördelen med MM-åtgärder är att de är mycket billigare än fysiska åtgärder. Således föreslår de

Mobility Management – att minska bilpendling och öka aktiv pendling i privata företag

att företag bör jobba med mjuka åtgärder för att få bilister att välja alternativa färdmedel såsom gång eller cykel för kortare avstånd, medan bil kan användas för längre avstånd då kollektivtrafik saknas. (ibid).

5.2 Rekommendationer på mobility management-åtgärder

5.2.1 Minskning av antalet parkeringsplatser, införande av parkeringsavgifter och cash-out

Många forskare anser att ekonomiska incitament och policys är effektiva mobility management-åtgärder för beteendeförändring. Vanoutrive et al. (2010) påpekar att arbetsgivare och offentliga myndigheter kan ge stöd genom ekonomiska incitament och reglering av parkeringen. Hageback (2009) pekar på att ifall det är svårt att parkera sin bil då kan ens beteende förändras och i så fall är en minskning av antalet parkeringsplatser en lösning. Enligt COST (2006), har det stora läkemedelsföretaget Novartis dragit nytta av sitt införda parkeringsstyrningssystem. Genom att dela ut ett begränsat antal parkeringsplatser till varje division av fabriken och även införa parkeringsavgifter samt främja cykling, har företaget lyckats minska andelen bilpendling och öka cykling bland de anställda. Enligt vår undersökning förser IKEA sina anställda med kostnadsfria parkeringsplatser. Rye (2002) påpekar att detta är ett hinder för att styra resandeefterfrågan. Om företag skulle införa parkeringsavgifter skulle det kunna öka möjligheten för att framgångsrikt genomföra mobility management-åtgärder (ibid). Om IKEA skulle införa parkeringsavgifter skulle det leda till att koldioxidutsläppen minskas med 3721 ton per år enligt en beräkning som förutsätter att 42 % av total 4000 anställda är bilister som skulle avstå från bilpendling och att den genomsnittliga reslängden är 56 kilometer per arbetsdag och att de skulle pendla ungefär 226 dagar om året. Motsvarande antal parkeringsplatser skulle kunna minskas med 1680 stycken som innebär att en yta på 21000 m² frigörs. Om vi antar att hälften av 1680 bilister skulle avstå från bilpendling skulle detta kunna bidra till en minskning av antalet parkeringsplatser med 840 stycken och detta skulle innebära att en yta på 10500 m² skulle frigöras. Ett annat scenario är att IKEA inriktar sig på en målgrupp som är bosatta i närområdet. Detta skulle kunna leda till en minskning med 233 ton koldioxidutsläpp och en minskning av antalet parkeringsplatser med 736 stycken motsvarande en yta på 9200 m², under förutsättning att 46 % av ungefär 2000 medarbetare är bilister och att 20 % av dem har komplexa resmönster och inte kan avstå från att använda bilen. Emellertid är det svårt att införa parkeringsavgifter enligt både intervju- och

enkätundersökningen. En mjukare åtgärd såsom begränsning av antalet parkeringsplatser kan vara genomförbar. Enligt intervjuundersökningen börjar företaget titta på detta, som dock är en utdragen process för det måste finnas andra accepterade alternativ för anställda att ta sig till jobbet. Rye (1999b) menar att parkeringsavgifter och begränsningar av parkering är två av de mest effektiva mobility management-initiativen. Dock anser många företag att avgifter för personalparkering är "ett steg vars konsekvenser för relationerna på arbetsmarknaden är alltför svåra för att övervägas". Evanth et al. (2008) menar att avgiftsbeläggning av parkering på arbetsplatser och parking cash-out är effektiva åtgärder för att flytta över resande från bil till andra hållbara färdmedel under förutsättning av det finns tillräcklig kapacitet i kollektivtrafiken och att det sker en marknadsföring av åtgärderna. Shoup (1997) påstår också att cash-out är ett mycket effektivt sätt för att minska bilresandet till arbetet, samtidigt som det uppskattas av de anställda. Emellertid visar vår undersökning att parking cash-out inte är attraktivt bland respondenterna.

5.2.2 Distansarbete

En annan möjlig åtgärd är att låta de anställda jobba fler dagar hemifrån. Enligt Pearce II (2009), kan distansarbete bidra till att öka anställdas produktivitet och arbetsgivarens attraktivitet, att minska driftskostnader för företaget och att öka operativ förmåga under kriser samt bidra till miljövänliga initiativ. Vår studie har funnit att distansarbete är attraktivt för anställda och att denna åtgärd har införts inom företaget. Dock finns det ett stort utrymme att höja andelen av distansarbetare om företaget marknadsför denna brett inom organisationen. Företaget kan faktiskt överväga att införa flexibla distansarbeten som en av de viktiga strategierna. Pearce II (2009) har lyft fram många goda exempel som handlar om att många amerikanska företag har dragit stor nytta av införande av distansarbete, i former av bland annat minskade koldioxidutsläpp, minskad bränsleförbrukning, lägre driftskostnader, ökad arbetstillfredsställelse bland medarbetare och ökad attraktivitet för arbetsgivaren. Men distansarbete har också nackdelar som företaget måste ta hänsyn till. Enligt Pearce II (2009) är det svårt att styra distansarbetarens prestationer. Det är svårt att mäta den arbetstid som distansarbetarna lägger ned på arbete. Men en lösning är att mäta distansarbetarnas prestation istället för arbetstimmar. Dessutom kan införandet av distansarbete eventuellt splittra det sociala nätverket på arbetsplatsen, försvåra lagarbete och leda till osämja mellan distansarbetare och icke-

distansarbetare. För att framgångsrikt kunna genomföra denna åtgärd inom organisationen måste motsättningar som kan uppstå kollegor emellan erkännas och hanteras (ibid).

5.2.3 Att främja aktiv pendling

Forsell et al. (2010) påpekar att mjuka åtgärder som genomförs utan att kompletteras med andra åtgärder har en begränsad effekt. Intervjuperson 4 menar att ifall det skulle införas en viss åtgärd, exempelvis begränsning av antalet parkeringsplatser, måste det finnas ett alternativ som kan ersätta bilpendling för pendlare. I Schweiz har företaget Novartis som utfört sitt mobility management-arbete utifrån tre grundpelare, omfattande minskning av antalet parkeringstillstånd, införande av parkeringsavgifter och att erbjuda de anställda kostnadsfria cyklar för att uppmuntra cykling som färdmedel för pendlingen, uppnått ett bra resultat. Titze et al. (2001) hävdar att företag kan uppmuntra de anställda till att cykla genom att förse de anställda med cykel som en friskvårdspremie genom leasing eller utlåning. Hendriksen et al. (2010) påstår att främjandet av cykel som färdmedel kan bidra till både friskare anställda och bättre ekonomiskt resultat för företag. Ett vanligt projekt för främjande av cykling kallas för Hälsocyklister eller Hälsotrampare och går ut på att deltagare skriver ett avtal där de lovar att cykla till jobbet minst 3 dagar i veckan under ett år och i gengäld får deltagarna materiella ersättningar såsom cykeldator, cykelhjälm, regnställ och så vidare. Vanligtvis ingår i projektet även en tävling där den som har cyklat mest under året får ett pris i någon form. Både landstinget i Uppsala län och Lunds kommun har infört ett sådant projekt och dragit stor nytta av det i former av minskade kostnader genom den minskade sjukfrånvaron bland deltagarna, minskade koldioxidutsläpp och effektivisering av markanvändning genom minskat antal parkeringsplatser.

Baserat på resultat av enkätundersökningen i vår fallstudie, har vi beräknat att uppskattningsvis en minskning på 736 bilar med målgruppen som bosätter sig inom Älmhult kan leda till totalt ungefär 233 ton minskade koldioxidutsläpp per år och frigöra en yta på 9200 M². Om vi ser till IKEA:s plan för att locka fler besökare till Älmhult för att besöka företagets museum och att bo i deras expanderade hotell kan den frigjorda marken med exempelvis gräsmatta och gröna växter bidra till att skapa ett mer attraktivt landskap lokalt i Älmhult. Hur många fler friskare medarbetare Hälsocyklister-projektet kommer att leda till är osäkert i nuläget eftersom att projektet inte kan sättas igång förrän våren 2016. Men det är viktigt att företaget ser till omgivningen för cykeltrafik i Älmhults kommun. Det finns ett relativt väl utbyggt gång- och

cykelvägnät i Älmhult. På både det övergripande och lokala cykelnätet är kvaliteten ganska god. Dock finns det ett utrymme för förbättring, till exempel, är kvaliteten på Danska vägen, Västra och Södra Ringvägen låg. I detta sammanhang, är en dialog mellan företaget och kommunen nödvändig för att förbättra cykelvägar som anses vara en viktig faktor för att främja cykling. Kingham et al. (2001) menar att förbättrade cykelvägar och omklädningsrum kan leda till att locka fler att ta sig till jobbet med cykel. Svensson (2008) anser också att nya eller förbättrade cykelstråk påverkar valet av att använda cykel. Dessutom påpekar många forskare att säker cykelförvaring kan stimulera cykelinnehav och öka andelen cykling. Vår studie har funnit att IKEA redan har ett antal säkra cykelförvaringar och håller på att utöka med fler förvaringar samt att cykelpumpar är tillgängliga lokalt. Andra fysiska förutsättningar såsom omklädningsrum och duschrum är tillgängliga för alla på jobbet. När det gäller fysiska förutsättningar såsom nya/bättre cyklar, fler/bättre cykelvägar/gångvägar och möjligheten att byta kläder och att duscha på arbetsplatsen har dessa betydelse för att få bilister att oftare lämna bilen hemma och att istället välja cykel/gång (Bilaga 3). Detta tyder på ett visst intresse för fysiska åtgärder bland respondenterna, men andelen som visar intresse för varje enskild åtgärd är inte särskilt hög. Gällande incitament i former av gratis cykelhjälm, regnkläder och cykeldator m.m. angav enbart 11 respondenter i vår studie att sådana incitament kan bidra till främjandet av cykling (Bilaga 3). Dock visar fallstudien att en ganska hög andel cyklister väljer cykling eller gång på grund av intresse för hälsa, miljövänlighet och kostnadsbesparing. Enligt Ljungberg et al. (2002) går det även att utforma en tävling för alla anställda. En sådan åtgärd kan kallas för 20-milsklubben och avser att deltagarna samlar poäng när de vill gå, springa eller cykla till jobbet under en viss period, till exempel på 3 månader. Cykling i 3 km kan motsvara 1 km promenad. Så fort de har utfört någon av dessa aktiviteter skriver de upp sig på en lista som visar bland annat antalet promenadkilometer. Premie i form av pengar delas ut till de företag eller avdelningar som har flest aktiva medarbetare. Just nu har IKEA prioriterat LEV-pool som avser lokal förflyttning och Hälsocyklister som ska startas till våren 2016. Därefter kan IKEA starta en 20-milsklubb för att få ytterligare medarbetare att aktivt pendla till jobbet.

5.2.4 Information och marknadsföring

Enligt Bjerkemo (2008), är information ett av de grundläggande verktygen för mobility management. Oavsett vilka åtgärder som ska införas, måste det spridas ut information. Med

Mobility Management – att minska bilpendling och öka aktiv pendling i privata företag

andra ord måste eventuella åtgärder marknadsföras i samband med införandet. Gällande Lunds kommuns arbete för främjande av cykling, jobbar kommunen mycket med informations spridning. Gnom informationsbladet Cykeltrycket sprids information till hushåll och cyklisterna längs cykelvägar. Cykelkarta och cykelturskartor delas ut till medborgarna för att ge folk tips på olika cykelutflykter. Dessutom kan folk även söka hjälp via cykeltelefon och cykelkommunens hemsida. Genom intervjuerna har vi konstaterat att IKEA ger relevant information kring hållbara persontransporter på olika kanaler internt och externt, till exempel personaltidning, intranät, platta skärmar och lokalpress. Dock är det enbart generell information till anställda och allmänhet. Enligt enkätundersökningen, angav en liten andel av respondenterna att information om cykelbanor/gångvägar har betydelse för förändring av resbeteendet. Lindén (1996) menar att information är ett medel som kräver väldigt lång tid för att få folk att ändra sitt beteende och det lyckas inte med alla beteenden. Hageback (2009) påpekar att genom upprepning går det att bibehålla eller ändra en attityd och att ändra en attityd eller ett beteende kan påverka vanorna. Björk (2005) beskriver att ett förändrat beteende kan bidra till en förändring av en attityd. Människors attityder kan förändras efter att de har prövat ett annat sätt för resande, vilket till och med kan ge en permanent förändring i beteende. Att upplysa folk om vilka möjligheter som redan är tillgängliga genom information och marknadsföring är en av åtgärderna för attitydpåverkan (ibid). IKEA bör informera sina anställda om såväl den positiva påverkan på hälsan av aktiv pendling och dess övriga goda effekter som de negativa effekterna av bilpendling innan de inför åtgärder för marknadsföring av alternativa färdmedel.

5.3 Effekter av mobility management

Ljungberg et al. (2002) framhåller att mobility management-åtgärder ger fler effekter såsom bland annat minskad trängsel, ökad trafiksäkerhet, bättre hälsa och miljö, bättre ekonomi m.m. (ibid). Forsell et al. (2010) beskriver att minskade CO²-utsläpp på global nivå och bättre miljö och ökad trafiksäkerhet på lokal nivå är effekter av mobility management. Samhället kan dra nytta av MM i form av minskade CO²-utsläpp, minskade utsläpp av hälsopåverkande ämnen, minskat buller, färre olyckor, mindre trängsel m.m. samtidigt som individen kan få bättre ekonomi, bättre hälsa och mindre stress av MM-åtgärder. Företaget kan bland annat minska kostnader för resor och parkeringsplatser, få friskare personal och lägre kostnader för sjukskrivningar genom att införa mobility management-åtgärder (ibid). Parkeringsavgifter och

Mobility Management – att minska bilpendling och öka aktiv pendling i privata företag

parking cash-out anses i flera tidigare studier vara mycket effektiva mobility management-åtgärder. Parkeringsavgifter är den minst kontroversiella åtgärden medan parking cash-out ofta är kontroversiell och därmed är många företag tveksamma till införande av cash-out (Rye 1999b). Dock har det visat sig att en kombination med begränsning av parkeringsplatser, införande av parkeringsavgifter och främjande av cykling lett till mycket bra resultat i ett företag i Schweiz (COST 2006). Distansarbete ger också positiva effekter med bland annat minskade driftskostnader och minskade CO²-utsläpp för företaget, ökad tillfredsställelse i arbetet för de anställda och ökad attraktivitet för arbetsgivaren (Pearce II 2009). Projektet hälsocyklister/hälsotrampare har införts av bland annat Landstinget i Uppsala län och Lunds kommun. Utmärkande effekter från dessa projekt omfattar minskade CO²-utsläpp, behov av mindre antal parkeringsplatser samt lägre kostnader för organisationerna på grund av minskat antal sjukskrivningar, förbättrat hälsoläge och bättre ekonomi för individerna som deltog i projektet (Evanth et al. 2008, Hiselius et al. 2011 & Ljungberg et al. 2002).

Hiselius (2008) påstår att effekter kan relateras till mål som har formulerats på olika nivåer. Exempel på långsiktiga effekter kan vara tillgänglighet för gångtrafik och cykel, god miljö i form av mindre utsläpp av emissioner och positiv regional utveckling.(ibid). Med andra ord, förväntas långsiktiga effekter av åtgärder då skall det också sättas långsiktiga mål för de införda åtgärderna. Ljungberg et al. (2002) menar att mobility management är en lång process och att det är viktigt att det finns en långsiktig målsättning för satsning på MM när det gäller finansiering och organisation. IKEA koncernen har en hållbarhetsstrategi för 2020 - ”People & Planet Positive. Att skapa god miljö för människor genom att minska miljöpåverkan på olika sätt är ett av de viktiga målen på lång sikt. Ifall IKEA skulle införa kombinerade åtgärder i form av begränsning av parkeringsplatser, ökad satsning på distansarbete samt främjande av cykling/gång, kan vi baserat på resultatet i enkätundersökningen (se tidigare kapitel) fastslå att företaget kan minska CO²-utsläpp orsakade av bilpendling samt att frigöra mark. Den frigjorda marken kan användas på ett effektivt sätt tillsammans med företagets övriga planer, uppbyggande av nytt hotell och nytt museum, vilket kan ge en synergieffekt, d.v.s. att locka fler individer till att besöka Älmhult vilket bidrar till en regional tillväxt. Dessutom kan företaget minska kostnader genom minskade sjukskrivningar, då de anställda kan få bättre hälsa, och minskade transportkostnader. Flexibla arbetstider och distansarbete kan även bidra till att öka de anställdas tillfredsställelse med arbetet och företagets attraktivitet. På lång sikt kan IKEA alltså

Mobility Management – att minska bilpendling och öka aktiv pendling i privata företag

med hjälp av MM bidra till att skapa god miljö i form av bl.a. minskade CO²-utsläpp och minskat buller samt att bidra till regional tillväxt genom bl.a. effektivisering av markanvändning.

6. Diskussion och slutsatser

6.1 Att besvara frågorna

6.1.1 Fråga 1

Hur sker arbetspendlingen på ett privat företag i svensk landsbygd och vilka pendlingsförutsättningar har de anställda?

Vår studie visar att bilpendling är det vanligaste färdmedlet bland de anställda medan andelen som använder aktiv pendling är liten. Inom avståndet 100 km pendlar de flesta med bil. Från ett boendeområdes perspektiv bor de flesta respondenter inom Älmhults kommun och nästan hälften av dem tar sig till jobbet med bil. En hög andel av de boende i Älmhult påstår att de åker till jobbet med bil främst av bekvämlighetsskäl. Därmed ser vi en stor potential för företaget att arbeta med beteendeförändringar för att minska bilresandet bland de anställda. Även om det finns barriärfaktorer som gratis bilparkering på arbetsplatsen och reslängden som många respondenter tycker är för lång för cykling eller gång. Detta trots att en hög andel av respondenterna äger en cykel. Det verkar som om det är rätt inriktning att företaget i sin satsning på aktiv pendling begränsar målgruppen till dem som bor i närheten av arbetsplatsen.

6.1.2 Fråga 2

Vilka mobility management-åtgärder är effektiva och genomförbara för att minska bilpendlingen och öka den aktiva pendlingen i privata företag på svensk landsbygd?

I denna fallstudie har vi funnit att parkeringsavgifter och parking cash-out är svåra att appliceras i företaget trots att många forskare konstaterar att de två åtgärderna är mycket effektiva för beteendeförändring mot hållbara färdmedel för pendling. Anledningen till att de inte anses vara implementerbara i denna miljö (ingen vana vid parkeringsavgifter bland de anställda plus kostnader för företaget), gör att vi kan anta att detta även gäller för andra privata företag på svensk landsbygd. Begränsning av antalet parkeringsplatser och distansarbete kan vara framkomliga vägar för minskad bilpendling. Om man jobbar hemifrån någon eller några dagar i veckan minskar antalet pendlingsmil med 20 % per dag. Distansarbete har införts i många

Mobility Management – att minska bilpendling och öka aktiv pendling i privata företag

amerikanska företag och bidragit till goda effekter. Distansarbete anses också vara intressant av respondenterna i vår studie. Det bör därför vara en prioriterad åtgärd för företag på landsbygden att införa eller öka möjligheten till distansarbete. Minskning av antal parkeringsplatser på arbetsplatsen är en relativt mjuk åtgärd jämfört med parkeringsavgifter och har framgångsrikt införts av ett läkemedelsföretag i Schweiz. Pendlare är bekväma och kommer att överväga ett alternativ pendlingssätt när de har svårt att hitta plats för att parkera bilen i närområdet. Genom att fysiskt minska antalet parkeringsplatser på arbetsplatsen och samtidigt främja cykling/gång kan företag minska andelen anställda som tar bilen. Men det är viktigt att satsningen sker mot rätt målgrupp, i detta fall dem som bor inom rimligt cykelavstånd, med hjälp av information och marknadsföring, både internt och externt. Hälsocyklister och 20-milsklubben är två bra koncept för främjande av aktiv pendling.

6.1.3 Fråga 3

Vilka effekter kan företag förvänta sig av en MM-implementering?

Satsning på ett paket av mobility management-åtgärder kan ge goda effekter för såväl samhälle, anställd och företag. Då MM är en lång process måste man ha en långsiktig målsättning för att satsa på MM när det gäller finansiering och organisation. Långsiktiga effekter är relaterade till långsiktiga mål. Resultatet av denna studie pekar på att företag kan förvänta sig att få friskare anställda och därmed lägre kostnader på grund av minskat antal sjukskrivningar. Samtidigt kan företag bidra till att skapa en bättre miljö på grund av bland annat minskade CO²-utsläpp och minskat buller, vilket är bra både för folkhälsan och samhället. Företag bidrar till regional utveckling genom en alternativ användning av mark som frigörs på grund av ett minskat antal parkeringsplatser. Sist men inte minst kan företag öka sin attraktivitet genom att arbeta med mobility management-åtgärder.

6.2 Möjlighet och utmaning av mobility management

Det är lätt att få folk att ändra sina attityder men mycket svårt att få dem att ändra sina beteenden och vanor. Men ett förändrat beteende genom att till exempel låta folk pröva att pendla på ett nytt sätt kan leda till en permanent förändring. Detta är just vad mobility management innebär. Kärnan i MM är information, kommunikation, organisation och koordination. MM-åtgärder kan vara av olika slag, som samåkning, distansarbete, kampanjer för främjandet av cykling och

Mobility Management – att minska bilpendling och öka aktiv pendling i privata företag

kollektivtrafik m.m. Vilka åtgärder man skall införa är beroende på vilka effekter man vill uppnå och vilka resurser man har tillgängliga. En ensam åtgärd har begränsad effekt.

Vår undersökning visar att det är lönsamt för privata företag som lokalt har liknande förhållande som IKEA i Älmhult att implementera mobility management och därmed minska bilpendling och samtidigt öka aktiv pendling bland de anställda. Om privata företag minskar antalet parkeringsplatser och samtidigt inför kampanjer för cykling och gång, kan man se att effekterna på lång sikt skapar en cykelkultur som ger ökad trafiksäkerhet lokalt, minskade CO²-utsläpp, minskat buller, och en sund regional utveckling genom effektivare användning av mark.

Möjligheterna för MM-åtgärder i privata företag är flera. En av dem är samverkan med lokala kommuner och övriga aktörer såsom trafikföretag och cykelleasingföretag. Enligt denna fallstudie, har många anställda ett miljömässigt tänkesätt och företaget har redan infört LEV-pool-projekt för att uppmuntra de anställda att förflytta sig på ett miljövänligt sätt lokalt. Detta kan underlätta för företaget inför andra MM-åtgärder, till exempel Hälsocyklister och 20 milsklubben. Dessutom har företaget redan använt olika kanaler för att sprida information och att marknadsföra åtgärder internt och externt. Om företag ständigt förmedlar till medarbetarna vilka goda effekter MM-åtgärderna innebär och vilka negativa konsekvenser bilresandet ger, kan det göra det lättare att införa MM bland de anställda. Dock finns det även utmaningar. Först och främst krävs kompetens och kunskap om mobility management. MM är också en lång process och företag måste ständigt arbeta med MM, vilket kräver en kontinuerlig satsning. När det gäller främjandet av aktiv pendling, då är säkra cykel- och gångvägar viktigt. Detta kan inte ett lokalt företag styra över utan det åligger kommunen. En annan utmaning är att invanda bilister kan visa motstånd mot förändringar. Det är vanligt när den enskilde anser att åtgärder leder till försämring, till exempel begränsning av att kunna parkera bilen på jobbet. Det är viktigt att företaget kan erkänna och hantera detta motstånd på ett lämpligt sätt.

6.3 Har våra undersökningar tillfört ny kunskap?

Den forskning som tidigare har skett på mobility management området har utförts på företag i en urban miljö. Vår undersökning är gjord på ett företag på svensk landsbygd. Vi kan konstatera att det även lokalt i denna miljö finns en vilja hos företag att genomföra mobility management-åtgärder, att det finns acceptans för vissa åtgärder från en del anställda, men att inte alla MM-

Mobility Management – att minska bilpendling och öka aktiv pendling i privata företag

Åtgärder är möjliga att genomföra för att de kan bli för dyra för företaget eller upplevas som främmande för svenska landsbygdsförhållanden. Till exempel blir parking cash-out dyrt för företag i Sverige eftersom svensk förmånsbeskattning gör att ersättningarna till de anställda måste vara större än i länder där dessa förmåner är skattefria för att ersättningen skall ge effekt. Dessutom är parkeringsavgifter ett främmande element i en svensk landsbygdskommun där all parkering idag är gratis. Åtgärder som ger stor effekt där pendlingsavstånden är stora är möjligheten att arbeta på distans och detta upplevs positivt både hos företag och anställda. Sverige är ett land med en stark cykelkultur. Att stödja användning av cykel för lokal pendling är en åtgärd som ger stor effekt då många av de anställda är bosatta inom cykelavstånd. Förutom vikten av säkra cykelvägar har vi pekat på flera åtgärder som skulle underlätta att ta cykel till jobbet och göra det ekonomiskt lönsamt för den anställde. Information om nyttan med att cykla sker i stor utsträckning i kommunal regi. Därför kan information och kampanjer i företagets regi ge en snabbare effekt och förstärka effekten av samhällets utveckling.

Sammanfattningsvis har vår studie visat att MM-åtgärder är en kostnadseffektiv lösning på trafikproblem. Genom införande av en serie mjuka åtgärder kan man effektivt använda befintliga resurser inom transportsektorn för att begränsa problem i trafiken, som trängsel, buller, utsläpp av koldioxid, vägsslitage och ineffektiv markanvändning. Det visar också att inte bara samhälle och företag utan även individer kan bidra till en god miljö genom att leva i linje med tankegångar från Mobility Management.

7. Framtida forskning

De företag som genomför åtgärder med syfte att minska bilpendling bör mäta åtgärdernas effekt efter genomförandet. För stora organisationer som i vår fallstudie, som har kontorsanläggningar utspridda över ett större område, kan undersökningar om intern förflyttning av personal under arbetstid ge ytterligare förståelse för de anställdas pendlingsvanor och företagets möjligheter att genomföra ytterligare MM-åtgärder.

8. Referenser

Litteratur

- Ajzen, I. (2002). Residual effects of past on later behavior: Habituation and reasoned action perspectives. *Personality and Social Psychology Review* 6: 107-122.
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, personality and behavior. Second Edition*. Berkshire: Open University Press.
- Bjerkemo, S.A. (2008). Metoder och verktyg för trafikplanering. Hydén, C (red.), *Trafiken i den hållbara staden* (ss. 443-472). Lund: Studentlitteratur.
- Björk, E. (2005). Mobility management i Öresundsregionen. Lund: Lunds universitet.
- Bryman, A. (2013). *Samhällsvetenskapliga metoder*. Andra upplagan. Malmö: Liber AB.
- Chorus, C. G., Molin, E. J. E., and van Wee, B. (2006). Travel information as an instrument to change car-drivers' travel choices: a literature review. *European Journal of Transport and Infrastructure Research* 6 (4): 335-364.
- Engström, E. (2014). Hållbart Resande på Företag - En studie om hur ÅF i Solna kan skapa förutsättningar för hållbara arbets- och tjänsteresor. Stockholm: KTH.
- Forsell, L., Grahn, K., Gustafsson, N., Håkansson, M., Ljungberg, C., Neergaard, K., Rosenlind, H., Schelin, J., Schnabel, C., Wall, K. & Wendle, B. (2010). *Hållbart resande i praktiken - Trafik- och stadsplanering med beteendepåverkan i fokus*. Stockholm: SKL Kommentus Media AB.
- Giuliano, G., Hwang, K., and Wachs, M. (1993). Employee trip reduction in Southern California: First year results. *Transportation Research Part A: Policy and Practice* 27 (2): 125-137.
- Gunnarsson, S. O. (2000). Studies in Travel Behaviour and Mobility Management Need A Special Scientific Discipline: "Mobilistics". *IATSS Research* 24 (1): 69-75.
- Goodwin, P. (1996). Simple Arithmetic. *Transport Policy* 3 (3): 79-80.
- Hageback, C.R. (2009). *Mobility Management i glesbygd - samordning av gods- och persontransporter i Pajala kommun*. Luleå: Universitetstryckeriet.
- Hendriksen, I JM., Simons, M., Galindo Garre, F & Hildebrandt, VH. (2010). The associations between commuter cycling and sickness absence. *Preventive Medicine* 61: 132-135.
- Hiselius, L. (2008). Samhällsekonomisk analys. Hydén, C (red.), *Trafiken i den hållbara staden* (ss. 395-408). Lund: Studentlitteratur.

Mobility Management – att minska bilpendling och öka aktiv pendling i privata företag

Hogg, M.A. & Vaughan, G.H. (2005). *Social Psychology. Fourth Edition*. England: Pearson Education Limited.

Ljungberg, C., Lyborg, J., Rydén, C., Neergaard, K., Hyllenius, P., Wendle, B. & Envall, P. (2002). *Mobility Management i Skåne. Förslag till handlingsplan*. Lund: Trivector.

Jansson, J.O. & Wall, R. (2002) *Vad betyder fri parkering för vägtrafiksituationen i Stockholmsområdet?*. Ekonomiska Institutionen, Linköpings Universitet.

Kingham, S., Dickinson, J. & Copesey, S. (2001). Travelling to work: will people move out of their cars. *Transport Policy* 8: 151-161.

Lantz, B. (2014). *Den statistiska undersökningen - grundläggande metodik och typiska problem*. Lund: Studentlitteratur.

Lindén, A-L. (1996). *Livsstil, resande och transportbehov*. Sociologiska Institutionen, Lunds Universitet, Lund.

Nosal, K. (2011). *Mobility Management concept and examples of its usage in Polish conditions*. *Transport Problems* 6 (4): 13-22).

Pearce II, J. A. (2009). Successful Corporate Telecommuting with Technology Considerations for Late Adopters. *Organizational Dynamics* 38 (1): 16–25.

Potter, S., Enoch, M., Rye, T., Black, C., and Ubbels, B. (2006). Tax treatment of employer commuting support: An international review. *Transport Reviews* 26 (2): 221-237.

Richter, J., Friman, M. & Gärling, T. (2011). Soft Transport Policy Measures: Gaps in Knowledge. *International Journal of Sustainable Transportation* 5 (4): 199-215.

Robért, M. (2007). *Mobility Management and Climate Change Policies*. Stockholm: KTH.

Rye, T. (1999a). Employer attitudes to employer transport plans: a comparison of UK and Dutch experience. *Transport Policy* 6 (3): 183-196.

Rye, T. (1999b). Employer transport plans - a case for regulation?. *Transport Reviews* 19 (1): 13-31.

Rye, T. (2002). Travel plans: do they work? *Transport policy* 9 (4): 287-298.

Ryen, A. (2004). *Kvalitativ intervju: Från vetenskapsteori till fältstudier*. Malmö: Liber AB.

Saunders, M., Lewis, P. & Thronhill, A. (2009). *Research Methods for Business Students*. Harlow: Pearson Education.

Shoup, D. (1997) Evaluating the effects of cashing out employer-paid parking: Eight case studies. *Transport Policy* 4 (4): 201–216.

Mobility Management – att minska bilpendling och öka aktiv pendling i privata företag

Svensson, Å. (2008). Gång- och cykeltrafik. Hydén, C. (red.), *Trafiken i den hållbara staden* (ss. 213-229). Lund: Studentlitteratur.

Titze, S., Martin, B.W., Seiler, R., Stronegger, W & Martin, B. (2001). Effects of a lifestyle physical activity intervention on stages of change and energy expenditure in sedentary employees. *Psychology of Sport and Exercise* 2 (2): 103-116.

Trost, J. (2012). *Enkätboken*. Lund: Studentlitteratur.

Vanoutrive, T., Malderen, L.V., Jourquin, B., Thomas, I., Verhetsel, A. & Witlox, F. (2010). Mobility Management Measures by Employers: Overview and Exploratory Analysis for Belgium. *European Journal of Transport and Infrastructure Research* 10 (2): 121-141.

Vetenskapsrådet. (2002). *Forskningsetiska principer inom humanistisk- samhällsvetenskaplig forskning*. Stockholm: Vetenskapsrådet.

Wahlgren, L. (2013). *SPSS steg för steg*. Lund: Studentlitteratur AB.

Yang, L., Panter, J., Griffin, S.J. & Ogilvie, D. (2012). Associations between active commuting and physical activity in working adults: cross-sectional results from the Commuting and Health in Cambridge study. *Preventive Medicine* 55 (5): 453–457.

Elektroniska källor:

Brottsförebyggande rådet (BRÅ). (2004). *Säkrare parkeringsplatser*.

https://www.bra.se/download/18.cba82f7130f475a2f1800013985/1371914728442/2004_sakrare_parkeringsplatser.pdf (Läst 2015-10-18).

COST. Domain Committee “Transport and Urban Development”. Action 355: Changing Behaviour Towards a More Sustainable Transport System.

http://w3.cost.eu/fileadmin/domain_files/TUD/Action_355/final_report/final_report-355.pdf.

(Läst 2015-10-06).

COST. (2006). “Monitoring Progress Report”: Changing behaviour towards a more sustainable transport system.

http://w3.cost.eu/fileadmin/domain_files/TUD/Action_355/progress_report/progress_report-355.pdf. (Läst 2015-10-07)

COST. (2006). *Parking policies and the effects on economy and mobility. Report on Cost Action 342*. [http://www.europeanparking.eu/cms/Media/COST%20Action%20342%20final%20report\[1\].pdf](http://www.europeanparking.eu/cms/Media/COST%20Action%20342%20final%20report[1].pdf) (Läst 2015-10-07).

EPOMM - European Platform on Mobility Management. (2012). *Mobility management: The smart way to sustainable mobility in European countries, regions and cities*.

<http://www.epomm.eu>. (Läst 2015-10-08).

Mobility Management – att minska bilpendling och öka aktiv pendling i privata företag

Evanth, K., Hiselius, L. W., Rosqvist, L. S. (2008). *Överflyttningspotential för person- och godstransporter för att minska transportsektorns koldioxidutsläpp – åtgärder inom Mobility Management, effektivare kollektivtrafik och tätortslösningar.*

http://www.trivector.se/fileadmin/uploads/Traffic/Rapporter/Overflyttningspotential_person-_och_godstransporter_Trivector_1.0_081201_skickad.pdf (Läst 2015-10-06)

Hiselius, L. W., Janzon, S. & Josefsson, A. K. (2011). *Mobility Management åtgärder - Nulägesanalys av Lund och Helsingborg.* http://www.hmskane.se/doc/mmatgarder_lth.pdf (2015-10-07)

Miljöprogram – Landstinget i Uppsala län 2011-2014; Satsningar för klimatet och en giftfri miljö. (2011). Uppsala: Byrå 4. http://www.lul.se/Global/Landsting_politik/Miljo/Miljo%20-%20startsida/Miljooprogram_lag_2011-2014.pdf (Läst 2015-10-07)

Rydén, C., Wendle, B., Neergaard, K., Ljungberg, C. & Bengtsson, L. (2005). *LundaMaTs II - strategi för hållbart transportsystem i Lund 2030* <http://www.sparvaglund.se/pagefiles/364/lundamats%20ii%20strategi.pdf> (Läst 2015-10-08)

People & Planet Positive - IKEA Group Sustainability Strategy for 2020. www.ikea.se (Läst 2015-10-07)

Trivector. Långtidseffekter av hälsocyklister – europeiskt prisat. http://www.trivector.se/trivectorforetagen/trivector_traffic/nytt_fran_trivector_traffic/nyhetsvisning_traffic/artikel/langtidseffekter_av_halsocyklister_europeiskt_prisat/ (Läst 2015-10-06)

Älmhults kommun. (2009). *Trafiknätsanalys för Älmhults tätort.* <http://www.almhult.se/download/18.3346ec5c122f54b8589800012468/1361974277116/Trafiknatsanalys+rev.pdf> (Läst 2015-10-07)

Älmhultsbladet. (2012). <http://weblisher.textalk.se/ikea/1225/paper.pdf> (Läst 2015-10-07)

Övrigt

Fall, N. (2014). Co-worker mobility need in Älmhult. IKEA Älmhult. 2 sid. (stencil).

Bilagor

Bilaga 1: Enkätundersökningen

Travel Habit Survey at IKEA in Älmhult

The purpose of this travel habit survey is to understand how IKEA employees commute to work and travel in business within Älmhult.

We hope you have a few minutes to spare to answer some questions in the following questionnaire.

This study is carried out in co-operation between Transport Group within IKEA Sustainable Älmhult Network, Service Design researchers at KTH Royal Institute of Technology and bachelor students in Logistics/Retail Service Management at Lund University. Your participation and answers are highly valuable to us to understand the existing travel habits in Älmhult and what possible improvements can be made, both on smaller and larger scales, in order to obtain more sustainable travel habits.

What is a trip?

A trip is, in this context, going somewhere for an errand. This could be taking the bus to school, going to a restaurant for lunch, visiting a friend by bike or driving the children to the football practice. If you do two errands on a trip, for example, first leaving the kids at the day-care centre and then continue to work, it is counted as two trips. When a combination of different transport modes is used, the main transport mode is to be chosen.

What is a work related trip?

In comparison with the above, this report only analyses the work related trips. A work related trip is defined as those when the main purpose is to get from home to work or vice versa. If you do other errands on the way to or from work, then they also are included in the work related trip. When a combination of different transport modes is used, the main transport mode is to be chosen. Work related trips that start or end outside Älmhult are not included in this analysis.

What is a business trip?

A business trip is when a person moves within Älmhult for work purposes during working hours in this context. If you go for a walk or take a car trip without having a defined errand at the destination, this is not considered as a business trip.

*** Required**

1. Gender *

(Please tick one option)

2. Age *

(Please tick one option corresponding to your age)

3. Yearly income before tax *

(Please tick one option)

4. What is your main occupation? *

Mobility Management – att minska bilpendling och öka aktiv pendling i privata företag

(Please write below, e.g. product developer, financial controller)

5. Which IKEA-company are you employed by? *

(Please write below, e.g. IKEA IT or IKEA IMS)

6. Do you have a driver's license? *

(Please tick one option)

7. Do you own a car? *

(Please tick one option)

If YES, which brand?

Which model and year?

(Please write e.g. V70 2005)

What is the average fuel consumption?

(Please write in liters per 10km and digits only, e.g. 0,8)

Which kind of fuel does the car use?

(Please tick one or more options)

- Petrol
- Diesel
- Biodiesel
- Autogas
- Ethanol Blend
- Hybrid
- Electrical energy
- Other:

If several types of fuel are used, what proportions are used (e.g. 40% of the mileage petrol, 60% of the mileage ethanol fuel)?

If your car is equipped with an engine warmer, how often do you use it during wintertime at home and/or at work?

(Please write below)

8. Do you have access to any of the following? *

(Please tick "Yes" or "No" in each row)

	Yes	No
Car	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Mobility Management – att minska bilpendling och öka aktiv pendling i privata företag

	Yes	No
Bike	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Public transport	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. How many cars does your household have access to? *

(Please tick one option)

10. If you have access to a car:

Which brand is it?

Which model and year?

(Please write e.g. V70 2005)

What is the average fuel consumption?

(Please write in liters per 10km and digits only, e.g. 0,8)

Which kind of fuel does the car use?

(Please tick one or more options)

- Petrol
- Diesel
- Biodiesel
- Autogas
- Ethanol Blend
- Hybrid
- Electrical energy
- Other:

If several types of fuel are used, what proportions are used (e.g. 40% of the mileage petrol, 60% of the mileage ethanol fuel)?

(Please write below)

If your car is equipped with an engine warmer, how often do you use it during wintertime at home and/or at work?

(Please write below)

11. Do you have access to any of the following transport subsidies at your workplace? *

(Please tick one or more options)

- Free parking
- Parking with charge
- Subsidized tax for parking
- Company car

Mobility Management – att minska bilpendling och öka aktiv pendling i privata företag

- Compensation for using your own car
- Subsidized public transport pass
- Staff bicycle
- Other:

12. Where do you live? *

(Please write below, e.g. in Malmö, Helsingborg, Älmhult or other places)

13. What is your postcode? *

(Please write below, e.g. 222 22)

14. What is the distance between your home and work? *

(Please write in km and digits only, e.g. 50)

15. What is the distance between your home and the nearest bus station/railway station/car park? *

(Please tick one option in each row)

	0 - 0,5 km	0,5 - 1 km	1 - 1,5 km	1,5 - 2 km	2km +
How far is it to the nearest bus stop?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
How far is it to the nearest railway station?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
How far is it to the nearest car park?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

16. What is the distance between your work and the nearest bus station/railway station/car park? *

(Please tick one option in each row)

	0 - 0,5 km	0,5 km - 1 km	1 km - 1,5 km	1,5 km - 2 km	2km +
How far is it to the nearest bus stop?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
How far is it to the nearest railway station?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
How far is it to the nearest car park?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

17. At what time do you begin commuting to work regularly? *

Hr : Min AM

18. Which kind of transport do you use to get to work? (Please tick one option) *

(A work related trip is defined as those when the main purpose is to get from home to work or vice versa. If you do other errands on the way to or from work, then they also are included in the work related trip.)

Why do you choose this kind of transport? *

(Please write your main reasons)

If you choose "Combination", please indicate your most regular commuting combination.

(Please write below, e.g. bicycle+train+walking)

Mobility Management – att minska bilpendling och öka aktiv pendling i privata företag

19. How long does it take for you to get to work? *

(Please write in minutes and digits only, e.g. 40)

20. On average, how many days per week do you commute to work? *

(Please write days and digits only, e.g. 5)

21. How many times do you travel per weekday on average? *

(Please tick one option)

If you travel more than one trip, what are the reasons?

(Please tick one or several options)

- To lunch restaurant
- Business travel (e.g. going to the store for work purpose or other offices for meetings)
- Private matters like running errands, going to yoga practice etc.
- Other:

22. If there is a difference between summer and winter, which kind of transport do you use most regularly for commuting to/from work? *

(Please tick one option in each row)

	Walking	Bicycle	Public transport	Car	Shuttle bus
During summer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
During winter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

23. What would make you leave the car more often and commute to work with public transport? *

(Answered by those who drive cars to work, please tick one or several options)

- More connecting links in the public transport
- More frequent services
- Home/work closer to bus station/railway station
- Better punctuality with public transport
- Shorter commuting times
- Lower prices for public transport
- More comfortable vehicles
- Safer environment around the stops
- Better information about departure times
- Parking charge for car park at work
- Better possibilities for car sharing
- More parking places for car sharing
- Better located car sharing places

Mobility Management – att minska bilpendling och öka aktiv pendling i privata företag

- Possibility for telecommuting
- Possibility to work during commuting
- Flexible working times
- Not having to pick up/leave kids
- Increased petrol prices
- Individual behaviour change
- None of the above

24. What would make you leave the car more often and use a bicycle or walk to work instead?

(Answered by those who drive cars to work, please tick one or several options)

- New/Better bicycle
- Knowledge about bicycle paths / walk paths
- Better maintained bicycle paths / walk paths
- More bicycle paths / walk paths
- Ability to change clothes at work
- Ability to shower at work
- Increased traffic safety for cyclists / pedestrians
- Better walkways and lighting
- Incentives by the company, e.g. free bike helmet, bike computer, rainwear, etc.
- Parking charge for car park at workplaces
- Cash Out instead of free car park at work
- Individual behaviour change
- None of the above

25. What would make you leave the car more often and use a car pool of light electric vehicles instead?

(Answered by those who drive cars to work, please tick one or several options)

- Carpool with sufficient number of light electric vehicles
- Simple booking system
- Simple payment system
- Incentives by the company, e.g. subsidised cost for usage
- Easy to find charging stations
- Fast charging
- Comfortable vehicles
- Secure vehicles
- Quicker to get to vehicle
- Quicker to get to end location

Mobility Management – att minska bilpendling och öka aktiv pendling i privata företag

- Easier to park
- Easy to use
- Individual behaviour change
- None of the above

26. Would you like to be interviewed if we have any further questions? *

If YES, please indicate your name and e-mail address.

Do you have any other comments or suggestions?

Bilaga 2: Intervjuguider

Intervju 1 2015-04-23 Rikard Hansson

- Hur länge har du jobbat på IKEA? vilken avdelning är du aktiv inom?
- Vilken är din arbetsposition och vilka arbetsuppgifter innebär den?
- Vad är din arbetsbakgrund?
- Var bor du?
- Hur pendlar du till jobbet? Gör du resor inom arbetstiden?
- När började IKEA att intressera sig för de anställdas resvanor?
- Tycker du att IKEA gör tillräckligt för att ändra de anställdas resvanor?
- Hur ser IKEA:s resplan ut för de anställda? Har ni en grön/aktiv resplan för de anställda (Cykel/gång)? Kommer ni att sätta upp regler eller policys för att påverka medarbetarna till att välja gröna färdmedel?
- Vilka problem ser du i de anställdas resande i nuläget?
- Vad tror du skulle vara de största utmaningarna för att ändra de anställdas resvanor både i nuläget och i framtiden?
- Tycker du att arbetet med att ändra pendlings- och resvanor inom IKEA genomsyrar hela organisationen, dvs något som väcker intresse bland alla anställda.
- Har IKEA som syfte att skapa en grön profil för sig externt? Vet alla anställda om detta?

Personalcyklar

- Vi har hört att du jobbar aktivt med kampanjen för att få de anställda att välja cykel som pendlingsalternativ och som färdmedel under arbetstid, hur har detta arbete kommit till?
- Hur ska er cykellösning genomföras?
- Vilka positiva effekter förväntar ni er av detta projekt?
- Vilka hinder har ni hittills stött på och vilka hinder förväntar ni er att stötta på i framtiden?
- Har cykelprojektet någon förebild eller inspirationskälla?
- Vilken typ av cyklar har ni valt, skiljer de sig från vanliga personcyklar, gällande teknik och utformning?
- Hur många jobbar aktivt med cykelprojektet? Känner du att IKEA har gett er rätt/tillräckliga resurser?
- När ska kampanjen lanseras?
- Hur har reaktionen varit hittills från de anställda? Positiv eller negativ?

Mobility Management – att minska bilpendling och öka aktiv pendling i privata företag

- Har ni samarbete med Älmhults kommun? Angående t.ex. cykelbanor och cykelplatser.
- Hur har ni tänkt marknadsföra cykelprojektet? Har ni ett s.k. “Mobilitets-kontor”, som jobbar med att sprida information om olika färdmedel etc?
- Ni har tjänstecyklar på jobbet. Hur många har ni? Kommer ni att öka antalet av dessa?
- Vilka incitament kommer ni att införa för att få de anställda att välja cykeln?
- Kommer ni att införa något styrmedel? t.ex. Cash Out, förmånsbeskattning av bilparkering vid arbetsplatsen (avskaffande av avgiftsfri bilparkering på arbetsplatsen).
- Kommer personalcyklarna att vara ett projekt begränsat till Älmhult eller kommer de att implementeras i andra delar av IKEA:s verksamhet?

Förutom personalcyklar, har ni något annat projekt relaterat till de anställdas färdmedel och resvanor?

Bilpool

- Ni har en bilpool med 30 bilar på jobbet. Äger ni bilarna eller hyr ni dem av ett bilföretag? Vad är syftet med bilpoolen? Används poolbilarna för tjänsteresor utanför Älmhult eller?
- Kommer bilpoolen att expanderas eller förminskas i framtiden?
- Dessutom har ni 20 st avdelningsbilar. På vilket sätt använder man bilarna? Varför skaffar IKEA sig så många avdelningsbilar?
- Kommer ni att öka eller minska antalet bilar?
- Hur reagerar de anställda på förändring av pool- och avdelningsbilar?
- Hur kom ni på idén att implementera lätta elfordon på jobbet?

Kollektivtrafiken

- Uppmuntrar IKEA de anställda att åka kollektivt (indirekt eller direkt)?
- Har IKEA något samarbete med kommun eller landsting gällande kollektivtrafik?

Internbussar

- IKEA har företagsbussar från Helsingborg samt bussar i Älmhult. Är detta något som kommer att expandera eller reduceras? När bussen körs mellan olika anläggningar, till exempel från kontoret till varuhuset inom Älmhult, används bussen inte effektivt. Ibland sitter bara två eller tre personer i bussen. Kommer detta att förändras?

Övrigt

- Vad tycker du om andra projekt (bilpool med lätta elfordon och kollektivtrafik)? Finns det risk att de kan konkurrera med varandra?

Intervju 2 2015-05-06 Nina Fall

Denna intervju kommer att handla om hur IKEA jobbar med att försöka få de anställda att använda mer hållbara och hälsosamma pendlingsalternativ, både när de pendlar till jobbet eller reser under arbetstid.

Vilket ansvar innebär ditt jobb?

- Vet du ungefär när IKEA började att intressera sig för de anställdas resvanor?
- Hur ser IKEA:s resplan ut för de anställda? Har ni en grön/aktiv resplan för de anställda (Cykel/gång/samåkning)? Kommer ni att sätta upp regler eller policys för att påverka medarbetarna till att välja gröna/aktiva färdmedel?
- Vilka positiva effekter förväntar ni er av ert arbete med att forma pendlingslösningar och personlig transport lokalt.
- Vilka problem ser du i de anställdas resande i nuläget?
- Vad tror du skulle vara de största utmaningarna för att ändra de anställdas resvanor både i nuläget och i framtiden?
- Tycker du att arbetet med att ändra pendlings- och resvanor inom IKEA genomsyrar hela organisationen, dvs något som väcker intresse bland alla anställda.

Personalcyklar

- Hur ser arbetet ut med att få de anställda att välja cykel som både pendlingsalternativ och som färdmedel under arbetstid, hur ser detta arbete ut?

Bilpool

- Vi vet att IKEA har bilpoolar och avdelningsbilar, i bland annat Älmhult. Ingår dessa i ert sustainability-arbete? Vad är syftet med dessa? Används de både för tjänsteresor i och utanför Älmhult?
- Hur är de anställdas inställning till dessa?
- Kommer bilpoolen att expanderas eller förminsas i framtiden?
- Vad vi förstått så har IKEA tankar på att implementera lätta elfordon på arbetsplatsen, så att anställda kan göra kortare tjänsteärenden. Kan detta konkurrera med andra projekt, t.ex. de som berör cykling?

Kollektivtrafiken

- Uppmuntrar IKEA de anställda att åka kollektivt (indirekt eller direkt)?

Mobility Management – att minska bilpendling och öka aktiv pendling i privata företag

- Har IKEA något samarbete med kommun eller landsting gällande kollektivtrafik, infrastruktur såsom cykelbanor, cykelparkering, cykelpool?

Internbussar

- IKEA har företagsbussar från Helsingborg samt bussar i Älmhult. Är detta något som kommer att expanderas eller reduceras?

Övrigt

- Jobbar ni med att försöka få de anställda att bosätta sig närmare sin arbetsplats? I nuläget är det många som pendlar långt för att komma till Älmhult.

- Tycker du att IKEA gör tillräckligt för att ändra de anställdas resvanor?

Intervju 3 och 4 2015-10-05 Malin Sennevall och Helena Bertilsson

Information

- Hur marknadsför ni era pendlingsrelaterade åtgärder för de anställda?

- Marknadsför ni även dessa åtgärder externt. Till media andra organisationer etc?

- Anser ni att distribution av information till de anställda om nya åtgärder är en viktig del i införandet av nya åtgärder?

- Försöker ni anpassa era åtgärder efter hur de rådande pendlingsförhållandena ser ut på IKEA i Älmhult?

- Har ni olika målgrupper för era åtgärder, t.ex. vissa åtgärder som riktar sig till de som bor i Älmhult och andra för de som pendlar längre sträckor?

- Vilka är de största hindren för att införa åtgärder för mer hållbart pendlande?

- Tycker ni att de anställda visar intresse för ett mer hållbart resande?

Bilparkering

- Har ni regler för hur de anställda får använda privat bil vid IKEA Älmhults verksamheter?

- Har ni regler för hur de anställda får parkera sina bilar?

- Jobbar ni med att minska antalet parkeringsplatser?

- Jobbar ni med att få de anställda att välja mer miljövänliga drivmedel?

- Kommer ni att planera tillämpning av Parking Charge eller Parking Cash Out?

Aktiv pendling

- Arbetar ni med att få de anställda att välja mer aktiva metoder för att ta sig till arbetet (t.ex. cykel/gång) ?

Mobility Management – att minska bilpendling och öka aktiv pendling i privata företag

- Tycker ni att det finns tillräckligt med cykelfaciliteter för de anställda? Cykelställ, dusch, omklädningsrum? cykelpumpar?

- Hur har planen för hälsocyklist-projekt blivit? Vilka delar ingår i projektet? När ska det sättas igång? Vilka effekter förväntar ni er av projektet? Ska projektet genomföras varje år? Hur många personer har ansvar för projektgenomförandet? Är det något som ni vill arbeta vidare med?

Kollektivtrafik

- Jobbar ni med att få de anställda att välja kollektiva färdmedel?
- Har ni subventionerade reskort för kollektivtrafik?

Övrigt

- Vad anser ni om distansarbete och samåkning?
- Ecodriving?

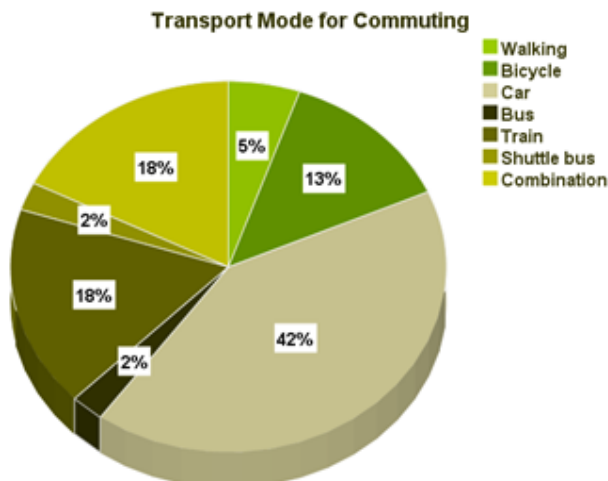
Bilaga 3: Resultatredovisning av enkäten

Univariata analyser

De anställdas pendlingsätt i nuläget och förutsättningar för val av olika färdmedel

Beträffande bilinnehav, har ungefär 81 % av de 245 respondenterna en eller flera bilar. Dessutom har ungefär 96 % av respondenterna körkort. När det gäller *tillgång till olika färdmedel* bland respondenterna, är andelen med tillgång till bil, cykel och kollektivtrafik nästan lika stora, dvs. 86 %, 86 % respektive 74 %.

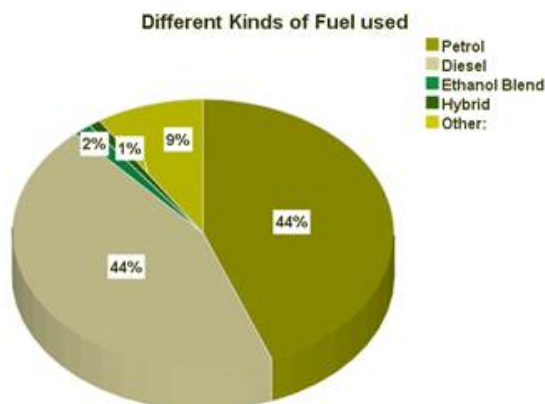
Gällande *färdmedel för pendling* i regularitet (figur 1), använder ungefär 42 % av respondenterna enbart bil för att ta sig till jobbet. Kollektivtrafiken står totalt för 38 %, varav kombinerad transport står för 18 %, 18 % pendlar med tåg och 2 % med buss. Dessutom står andelen av cykling/gång för 18 %, därav cykling 13 % och gång 5 %. Enbart 2 % pendlar med företagsbuss.



Figur 1: Fördelning av olika färdmedel för pendling

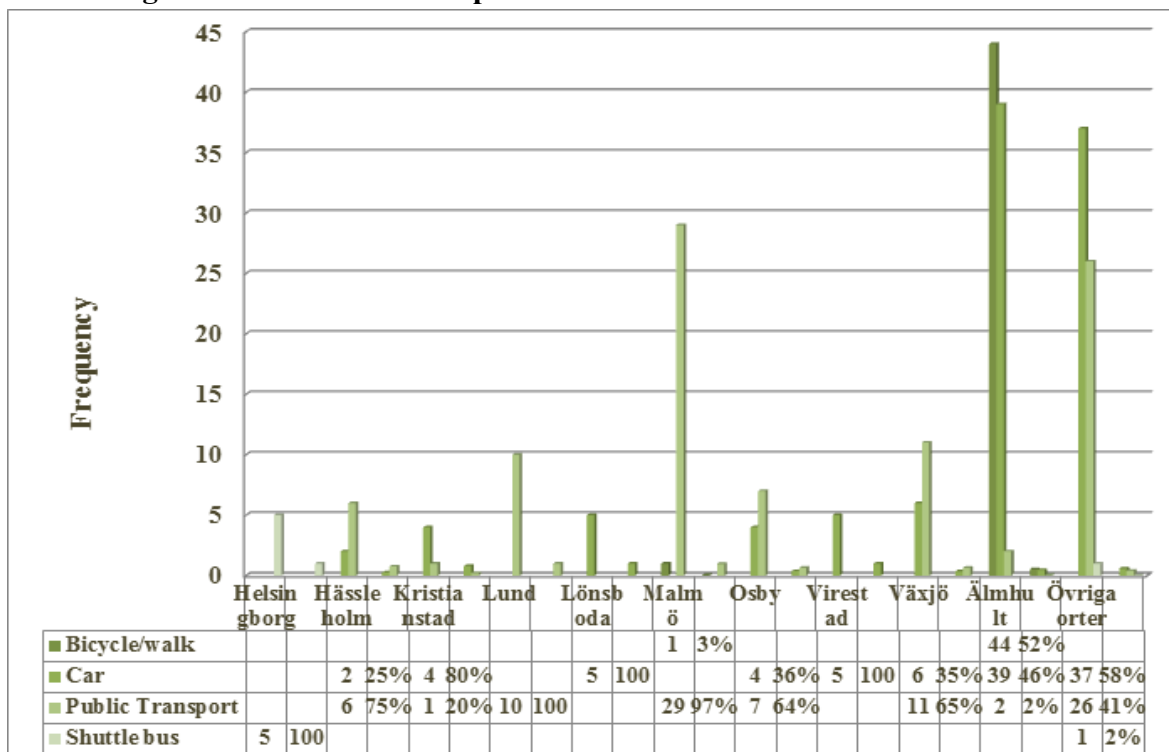
På frågan om vilka typer av *transportförmåner* de anställda har tillgång till, är det ungefär 92 % av respondenterna som har tillgång till gratis parkering. Ungefär 58 % av respondenterna har tillgång till tjänstecyklar. Ungefär 23 % kan använda företagsbil gratis. 22 % av respondenterna har ersättning för användning av egen bil. 2,4 % har subventionerat resekort för kollektivtrafik.

Dessutom är bensin och diesel de vanligaste drivmedlen bland de respondenter som äger bil (figur 2), lika stor andel (44 %) använder bensin och diesel. Ungefär 2 % av respondenterna använder Ethanol Blend medan enbart 1 % använder Hybrid. 9 % av respondenterna använder kombinerade drivmedel.



Figur 2: Fördelningen av olika drivmedel

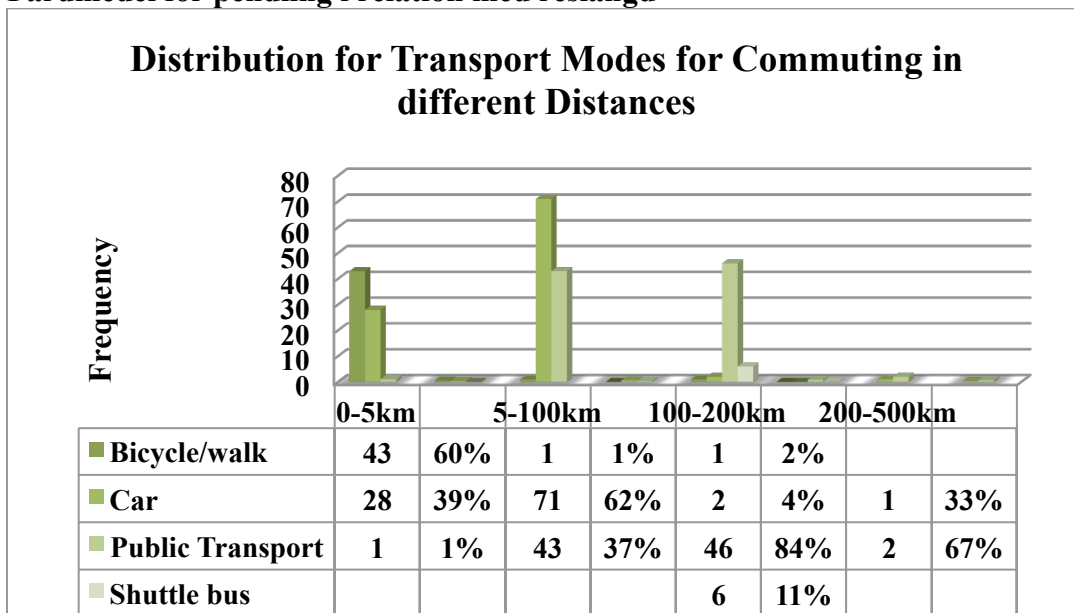
Fördelningen av färdmedel bland pendlare från olika bostadsorter



Figur 3: Fördelningen av olika färdmedel för pendling bland de respondenter som har boende i olika kommuner

Ungefär 35 % av respondenterna bor i Älmhult (85 stycken). Därav använder 46 % av de anställda bil som färdmedel för att ta sig till jobbet. 52 % väljer cykel/gång (38 % med cykling och 14 % med gång). Enbart ungefär 2 % tar kollektivtrafik (bussen). Den nästa största gruppen pendlar från Malmö med främst kollektivtrafik. (se figur 3)

Färdmedel för pendling i relation med reslängd



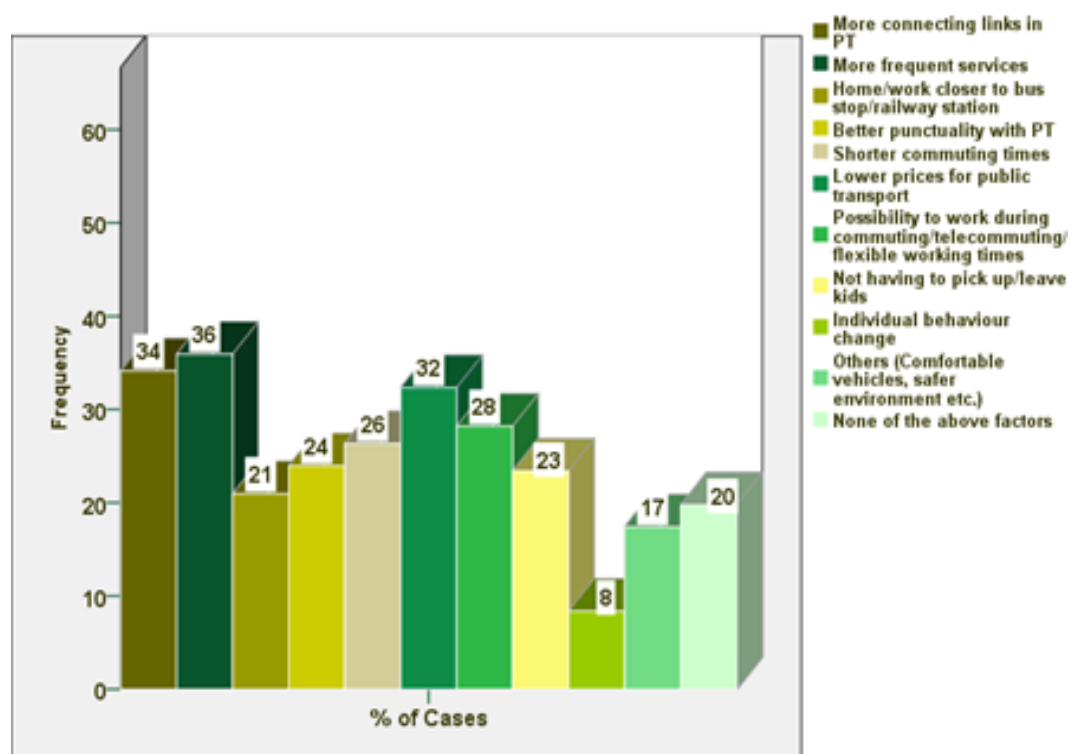
Figur 4: Fördelningen av olika färdmedel för pendling i olika pendlingssträckor

Mobility Management – att minska bilpendling och öka aktiv pendling i privata företag

De flesta pendlare bor mellan 5-100 kilometer och pendlar främst med bil (62 %). Inom 5 kilometer bor ungefär 29 % av respondenterna, därav pendlar de främst med cykel och gång (60 %) medan ungefär 39 % av dem tar sig till jobbet med bil. Den tredje största pendlingsgruppen pendlar mellan 100-200km med främst kollektivtrafik (84 %). Totalt sett är bilresandet dominerat vad gäller sträckor mellan 0-100km (53 % av 187 st.) medan kollektivtrafik gäller för sträckor mellan 100-500km. (se figur 4)

Attityder mot olika eventuella åtgärder för främjandet av hållbart resande

Important factors for choosing Public Transport instead of cars



Figur 5: Eventuella åtgärder för minskning av bilresande i utbyte mot kollektivtrafik

I fråga om attityd till minskning av bilresande i utbyte mot kollektivtrafik besvarade totalt 167 respondenter frågan. "Possibility to work during commuting/telecommuting/Flexible working times" står tillsammans för 28 % av svaren. Därigenom är andelen av distansarbete och flexibla arbetstider ungefär 17 %. (se figure 5).

Vad kan få dig att lämna bilen oftare och att pendla till jobbet med cykling/gång istället?

Custom Tables

		Count	Column N %	Column Valid N %	Column Total N %
24a. New/Better bicycle	No	143	87,7%	87,7%	58,4%
	Yes	20	12,3%	12,3%	8,2%
24b. Knowledge about bicycle paths/walk paths	No	159	97,5%	97,5%	64,9%
	Yes	4	2,5%	2,5%	1,6%
24c. Better maintained bicycle paths/walk paths	No	149	91,4%	91,4%	60,8%
	Yes	14	8,6%	8,6%	5,7%
24d. More bicycle paths/walk paths	No	147	90,2%	90,2%	60,0%
	Yes	16	9,8%	9,8%	6,5%
24e. Possibility to change clothes at work	No	154	94,5%	94,5%	62,9%
	Yes	9	5,5%	5,5%	3,7%
24f. Possibility to shower at work	No	152	93,3%	93,3%	62,0%
	Yes	11	6,7%	6,7%	4,5%
24g. Increased traffic safety for cyclists/pedestrians	No	148	90,8%	90,8%	60,4%
	Yes	15	9,2%	9,2%	6,1%
24h. Better walkways and lighting	No	157	96,3%	96,3%	64,1%
	Yes	6	3,7%	3,7%	2,4%
24i. Incentives by the company	No	152	93,3%	93,3%	62,0%
	Yes	11	6,7%	6,7%	4,5%
24j. Parking charge for car park at workplaces	No	161	98,8%	98,8%	65,7%
	Yes	2	1,2%	1,2%	0,8%
24k. Cash Out instead of free car park at work	No	151	92,6%	92,6%	61,6%
	Yes	12	7,4%	7,4%	4,9%
24l. Individual behaviour change	No	137	84,0%	84,0%	55,9%
	Yes	26	16,0%	16,0%	10,6%
24m. None of the above measures	Yes	58	35,6%	35,6%	23,7%
	No	105	64,4%	64,4%	42,9%

Figur 6: Eventuella åtgärder för främjandet av aktiv pendling.

Angående attityden till minskning av bilresande i utbyte mot cykling/gång (figur 6), anser de flesta respondenterna (ca 64 % av 163 stycken) inte att åtgärderna har betydelse för att minska bilanvändningen och istället ta cykel eller gå till jobbet. 16 % av de besvarade respondenterna (26 stycken) tycker att ”*Individual behaviour change*” kan få de anställda att ändra färdmedel för pendling. Ungefär 12 % av de besvarade respondenterna (20 stycken) tycker att “*New/Better bicycle*” kan få dem att ändra sina vanor. “*More/Better maintained bicycle/walk paths*” står för ungefär 18 % (30 stycken) och “*relative information on bicycle/walk paths*” är knappt 3 % (4 stycken). Andelen av intresse för “*Incentives*” är ungefär 7 % (11 stycken). “*Cash out*” och “*Parking charge*” står för ungefär 7 % (4 stycken) respektive 1 % (1 stycken). “*Increased traffic*

Mobility Management – att minska bilpendling och öka aktiv pendling i privata företag

safety for cyclists/pedestrians” är ca. 9 % (15 stycken) medan “*Better walkways and lighting*” står för ungefär 4 % (6 stycken). “*Possibility for shower/change clothes at work*” står tillsammans för ca. 12 % (20 stycken).