

Miljöinformation om drivmedel

En första effektuppföljning av styrmedlet

Energimyndighetens publikationer kan laddas ner
eller beställas via energimyndigheten.se

Statens energimyndighet, maj 2024
ER 2024:15
ISSN 1403-1892
ISBN (pdf) 978-91-7993-172-8

Grafisk form: Energimyndigheten (omslag), Arkitektkopia AB (inlaga)
Tryck: Arkitektkopia AB, Bromma

Förord

I Sverige står inrikestransporter för nästan en tredjedel av de totala växthusgasutsläppen. Åtgärder inom transportsektorn som minskar utsläppen är därför viktiga för att lyckas med klimatomställningen. Vi behöver ett transporteffektivt samhälle såväl som fossilfria drivmedel och fordon. Miljöinformation om drivmedel syftar till att ge konsumenter information som kan användas för att göra klimatanpassade val.

Energimyndigheten har tillsynsansvar för miljöinformation om drivmedel. I ansvaret ingår också att följa upp effekterna av styrmedlet. Miljöinformation om drivmedel trädde i kraft 1 oktober 2021 och den här rapporten utgör en första uppföljning. Miljöinformation om drivmedel är ett styrmedel vars effekter är svåra att isolera från andra variabler som också påverkar drivmedelsinköp, vilket gör det svårare att dra slutsatser om styrmedlets effekter. Denna uppföljning indikerar dock att miljöinformationen inte fått den spridning och påverkan på konsumenterna som önskades när kraven togs fram.

Jag vill särskilt tacka de bransch- och intresseorganisationer som lämnat synpunkter och alla de aktörer som har svarat på enkäten och ställt upp på intervjuer.

Robert Andrén
Generaldirektör

Innehåll

Sammanfattning	3
1 Inledning	6
1.1 Bakgrund	6
1.2 Energimyndighetens uppdrag	6
1.3 Utredningens mål	7
1.4 Utredningsmetod	7
2 Resultat	10
2.1 Enkätundersökning riktad mot konsumenter	10
2.2 Enkätundersökning riktad mot drivmedelsleverantörer	17
2.3 Intervjuer med drivmedelsleverantörer och tankställen	23
3 Synpunkter från bransch- och intresseorganisationer	25
3.1 Drivkraft Sverige	25
3.2 Energigas Sverige	25
3.3 Gröna Mobilister	26
4 Diskussion och slutsatser	27
4.1 Få konsumenter känner till miljöinformationen	27
4.2 Huvudfokus för miljöinformation kan läggas på webbplats	27
4.3 Miljöinformation vid pump skulle kunna förtydligas	28
4.4 Redovisad miljöinformation är inaktuell	28
4.5 Konsumenter har begränsad möjlighet till påverkan genom val av drivmedel	28
4.6 Val av bil kan ha en större påverkan än val av drivmedel	29
4.7 Rekommendationer	29
Referenser	30
Bilaga 1 Enkätfrågor konsumenter	31
Bilaga 2 Enkätfrågor drivmedelsleverantörer	34

Sammanfattning

Den här rapporten redovisar resultaten från den första effekttuppföljningen av miljöinformation om drivmedel. Styrmedlet infördes för att ge konsumenter miljöinformation om de drivmedel som drivmedelsleverantörer tillhandahåller. Flera effekter var tänkta att följa av styrmedlet, bland annat att påverka konsumenters val av drivmedel och val av bil¹.

För att undersöka effekterna av miljöinformationen genomfördes en enkätundersökning mot konsumenter och en enkätundersökning mot drivmedelsleverantörer. Några intervjuer genomfördes också med drivmedelsleverantörer och anställda vid tankställen.

Få konsumenter har uppmärksammat miljöinformationen

Resultaten av undersökningen visar att få av de konsumenter som svarat på enkäten uppmärksammat miljöinformationen och ännu färre bedömer att de blivit påverkade av miljöinformationen vid val av drivmedel. Konsumenterna fick även uppskatta om de trodde de skulle bli påverkade av miljöinformationen vid ett framtida val av bil. Där var det fler konsumenter som trodde att de kunde bli påverkade, men fortfarande långt under hälften av de tillfrågade.

Drivmedelsleverantörernas administrativa kostnader

I enkäten riktad till drivmedelsleverantörer fick leverantörerna svara på frågor om sina administrativa kostnader, om de förstod vilken information de skulle förmedla till konsument samt om de uppfattat att konsumenterna blivit påverkade av miljöinformationen. Det var stor spridning mellan de angivna administrativa kostnaderna bland drivmedelsleverantörerna. Leverantörer av flytande drivmedel hade generellt sett högre administrativa kostnader än leverantörer av gasformiga drivmedel. De administrativa kostnaderna för miljöinformation vid tankställen var många gånger högre än kostnader för webbplatsinformation. De flesta drivmedelsleverantörer uppger att det är tydligt vilken miljöinformation de ska tillhandahålla och hur informationen ska tillhandahållas. En stor andel av drivmedelsleverantörerna bedömde att konsumenterna blivit påverkade i ingen eller liten utsträckning av miljöinformationen.

Miljöinformation skulle kunna förläggas primärt till webbplats

Konsumenter behöver välja drivmedel utifrån vilket fordon de kör. Dessutom är konsumenternas valmöjligheter mellan olika drivmedelsleverantörer begränsade när konsumenterna väl befinner sig vid pump. Webbplatsinformation kan innebära större möjligheter till jämförelse mellan olika drivmedelsleverantörer. De större jämförelsemöjligheterna, i kombination med miljöinformationens relativt låga påverkan, gör att det kan övervägas om miljöinformationen primärt ska tillhandahållas på webbplats. Miljöinformationen innebär även administrativa kostnader för drivmedelsleverantörerna, även om de kostnaderna troligtvis har en försumbar påverkan på drivmedelspriser. Med fokus på webbplatsinformation kan informationen vid pump utformas så att den inte behöver uppdateras varje år. Drivmedelsleverantörer som önskar skulle fortsatt kunna tillhandahålla ytterligare information vid pumpen. Nackdelen med att fokus för miljöinformationen läggs på webbplatsinformation, är att det kräver ett extra steg för konsumenter när de vill ta del av informationen.

¹ Proposition 2017/18:229

Ska miljöinformationen finnas kvar vid pump som idag, skulle miljöinformationen kunna förtydligas och förbättras så att det blir lättare för konsumenter att ta del av och ta till sig informationen. Nackdelen är dock att detaljer går förlorade om informationsmängden minskar.

Miljöinformationen har en eftersläpning

Utifrån utformningen av miljöinformationen är den miljöinformation som redovisas för konsument inaktuell. Miljöinformationen uppdateras först cirka 10 månader efter det år för vilken miljöinformationen gäller. Informationen bygger på de uppgifter som rapporteras in till och verifieras av Energimyndigheten. Branschorganisationerna har föreslagit att en prognos utifrån reduktionsplikten skulle kunna presenteras parallellt med nuvarande information för att erbjuda mer aktuella siffror, vilket skulle kunna vara en möjlighet. Det finns dock inget som hindrar att drivmedelsleverantörer presenterar sådan information parallellt med den lagstadgade informationen på sina webbplatser.

Konsumenter har begränsad möjlighet till påverkan

En tanke med miljöinformationen var att konsumenter med hjälp av sin konsumentmakt skulle kunna bidra till minskade utsläpp genom val av drivmedel (både val av typ av drivmedel och tankställe)². När det gäller drivmedel som ligger innanför reduktionsplikten så bidrar troligtvis inte en konsuments val till minskade utsläpp, då valet inte påverkar leverantörernas totala inblandning av biodrivmedel. Reduktionsplikten har i praktiken blivit både en övre och en nedre gräns för hur mycket biodrivmedel som blandas in i bensin och diesel totalt sett varje år. Inblandningen kan dock skilja sig åt mellan olika drivmedelsleverantörer om de väljer att använda överlåtelser och förvärv av utsläppsreduktion. Konsumenten skulle behöva välja ett drivmedel som ligger utanför reduktionsplikten för att göra skillnad, såsom exempelvis etanol eller HVO. Den möjligheten är dock beroende av vilken bil konsumenten äger.

Utifrån att val av drivmedel är beroende av vilken bil konsumenten äger, kan val av bil ha en större påverkan än val av drivmedel. Energimyndigheten har fått ett regeringsuppdrag om att ta fram en ny märkning av lätta fordon som ska göra det enklare för nybilsköpare att göra ett hållbart val³. Om den märkningen införs är det troligt att den har en större påverkan på konsumenters val av bil än vad miljöinformation om drivmedel kan ha.

² Proposition 2017/18:229

³ Energimyndigheten, 2022a

Rekommendationer

Ingen djupare analys av styrmedlets kostnadseffektivitet har genomförts. Energimyndigheten har dock tagit fram två rekommendationer utifrån det resultat som har framkommit i uppföljningen.

Den första rekommendationen är att överväga om huvudfokus för miljöinformationen ska flyttas till webbplats. Det är lättare att jämföra olika drivmedelsleverantörer och drivmedel på webben än när en konsument väl är på plats vid ett tankställe. Drivmedelsleverantörernas administrativa kostnader skulle också kunna minskas om miljöinformationen primärt förläggs till webbinformation, även om påverkan av administrativa kostnader på drivmedelspriset troligtvis är försumbart. För de aktörer som vill marknadsföra sitt miljövärde finns inget som hindrar att de har ytterligare information vid tankställe.

Den andra rekommendationen är att om miljöinformationen ska vara kvar vid pump, så bör den förenklas och förtydligas för att konsumenter lättare ska kunna ta till sig informationen. Vi har i den här uppföljningen inte tagit fram något förenklingsförslag, utan utformningen behöver undersökas vidare i så fall och även testas på konsument.

1 Inledning

I det här kapitlet beskrivs bakgrunden till miljöinformation om drivmedel, Energimyndighetens uppdrag samt upplägg och metod för den här uppföljningen.

1.1 Bakgrund

Ett krav infördes i drivmedelsförordningen 2018 för de aktörer som bedriver verksamhet som tillhandahåller flytande eller gasformiga drivmedel. Kravet uppdaterades därefter 2019 och 2020. Verksamheter som tillhandahåller flytande eller gasformiga drivmedel ska ge konsumenter miljöinformation om de drivmedel som tillhandahålls. Kravet gäller även för el i det fall att verksamheten också levererar el (men gäller inte för aktörer som endast levererar el som drivmedel). Miljöinformationen som tillhandahålls ska baseras på de uppgifter som lämnas enligt drivmedelslagen och lagen om hållbarhetskriterier för biodrivmedel och flytande biobränslen.

Miljöinformation ska både finnas på drivmedelsleverantörens webbplats och för säljställen vid varje pump. Säljställen som har en årlig försäljningsvolym som understiger 1 500 kubikmeter flytande drivmedel eller 1 miljon kubikmeter gasformigt drivmedel omfattas inte av kravet att tillhandahålla deklARATIONEN vid tankstation. Till drivmedelsleverantör räknas de som är drivmedelsleverantörer enligt drivmedelslagen (cirka 60–70 aktörer). Det finns fler drivmedels-säljställen än de som ägs av en drivmedelsleverantör. Kravet på miljöinformation började gälla från 1 oktober 2021. Miljöinformationen matchar delvis EU-bestämmelser. I förnybart-direktivet artikel 30.3 finns krav på att information för biodrivmedel gällande geografiskt ursprung och typ av bränsleråvara ska finnas på webbplats. Det kravet omfattar inte fossila drivmedel och gäller endast att information ska finnas på webbplats.

1.2 Energimyndighetens uppdrag

Samtidigt med kravet om miljöinformation infördes också i drivmedelsförordningen en ny paragraf §15, som säger att: ”Statens energimyndighet ska följa upp effekterna av den miljö-information om drivmedel som ska ges enligt denna förordning”. Det finns inte angivet när en sådan uppföljning ska ske eller hur den ska gå till. Sedan styrmedlet infördes har Energimyndigheten utövat tillsyn samt informerat aktörerna vid ett antal tillfällen för att de ska kunna tillhandahålla miljöinformation på korrekt sätt. Nu har det gått en tid sedan införandet, vilket öppnar för att effekterna kan följas upp och det är därmed lämpligt att genomföra en första uppföljning.

Uppföljning har också aktualiserats ytterligare utifrån att Energimyndigheten mottagit en förfrågan om underlag från Regeringskansliet. Regeringen mottog i maj 2023 en hemställan från Drivkraft Sverige som rör miljöinformation om drivmedel. Drivkraft Sverige hemställer att miljöinformation om drivmedel ska avvecklas i sin nuvarande form och att ett nytt system för miljöinformation till konsumenter ska utvecklas. Utifrån Drivkraft Sveriges hemställan önskade Regeringskansliet att Energimyndigheten följer upp effekterna av miljöinformation om drivmedel, så att Regeringskansliet kan använda detta som underlag när de ska bereda svar på hemställan.

Energimyndigheten har tidigare fått ett regeringsuppdrag om att ta fram ett förslag om miljömärkning med information till konsumenter vid bilinköp. Förslaget innefattar miljöpåverkan under hela fordonets livscykel tillsammans med miljöpåverkan vid tillverkning och skrotning^{4,5}. Det ligger dock utanför den här uppföljningens uppdrag och omfattning att analysera förhållandet mellan miljöinformationen för drivmedel och det förslag om miljömärkning och information för fordon som Energimyndigheten har uppdrag att föreslå.

1.3 Utredningens mål

Vilka effekter som miljöinformation om drivmedel förväntas medföra finns inte angivet i lag eller förordning, men finns beskrivet i propositionen till miljöinformation om drivmedel.⁶ Enligt propositionen är det tänkt att med hjälp av miljöinformation ska konsumenter kunna fatta informerade beslut om det drivmedel de köper. På sikt kan miljöinformation också leda till att konsumenter kan göra andra val vid köp av fordon. Drivmedelsleverantörer kommer dessutom att använda sig av en enhetlig beräkningsmetod för beräkning av klimatprestanda, vilket möjliggör jämförelser av drivmedel mellan olika leverantörer. Miljöinformation kan också användas av kommuner och företag när de ska fatta beslut om inköp och upphandlingar i linje med deras klimat- och miljöprioriteringar. Dessutom kan miljöinformation stödja leverantörer av drivmedel med bra klimatprestanda. Enligt konsekvensutredningen i propositionen, så kan miljöinformationen också leda till användning av drivmedel med en lägre klimatpåverkan.

Det har i denna uppföljning inte varit möjligt att titta på alla de tänkta effekterna av miljöinformationen om drivmedel. Uppföljningen har därför avgränsats till att undersöka effekterna för konsumenter och drivmedelsleverantörer. Propositionen förutsåg att fler än konsumenter skulle ha nytta av miljöinformationen. Avgränsningen görs dock till konsumenter, eftersom de utgör den primära tilltänkta målgruppen för miljöinformationen. Drivmedelsförordningen talar dessutom endast om miljöinformation till konsument. När det gäller konsumenter har uppföljningen undersökt i vilken utsträckning konsumenter känner till eller uppmärksammat miljöinformationen, om konsumenter anser att miljöinformationen är tydlig och om informationen har påverkat konsumenters beslut vid val av drivmedel, samt vid val av fordon. När det gäller drivmedelsleverantörer har fokus legat på vilka administrativa kostnader drivmedelsleverantörerna har, om de förstår vilken information de ska tillhandahålla och om de har noterat några effekter av miljöinformationen utifrån sin konsumentkontakt.

1.4 Utredningsmetod

Uppföljningen har genomförts med hjälp av en upphandlad konsult inom utvärdering (Sweco). Underlag har inhämtats dels genom en konsumentundersökning, dels genom en undersökning som riktats mot drivmedelsleverantörer. Energimyndigheten har tillsammans med konsulterna tagit fram metoden för datainsamling och konsulterna har bistått Energimyndigheten med att samla in och sammanställa information och data. Utifrån det underlag och de data som Energimyndigheten har fått in från konsulten, har Energimyndigheten genomfört egna analyser.

⁴ Energimyndigheten, 2022a

⁵ Regleringsbrev för budgetår 2021 avseende Statens energimyndighet

⁶ Proposition 2017/18:229

1.4.1 Motivering av vald metod

Det är svårt att isolera effekten av miljöinformation från andra variabler och ha tillgängliga data med tillräckligt hög kvalitet. Det finns många andra faktorer som troligtvis i mycket högre utsträckning påverkar konsumenters val av drivmedel, såsom drivmedelspriser och priser på miljövänliga fordon samt andra sätt som konsumenter får information om miljöpåverkan. Sedan miljöinformationen började gälla 2021 har det varit en period av stigande drivmedelspriser och förändringar av olika styrmedel kopplat till drivmedel och fordon. Detta gör att det är svårt att kvantitativt utvärdera miljöinformationen, vilket i annat fall vore den ideala metoden för att fastställa orsak och verkan.

Utifrån de givna förutsättningarna så har vi valt att genomföra uppföljningen genom enkätundersökningar och intervjuer. Enkäter och intervjuer tillåter oss att direkt kunna samla in information om hur konsumenterna och drivmedelsleverantörerna uppfattar de tänkta effekterna av miljöinformationen. Med tillräckliga urval kan enkätsvaren förväntas vara representativa för hela befolkningen respektive alla drivmedelsleverantörer.

1.4.2 Konsumentundersökning

Konsumentundersökningen utfördes genom en webbenkät. Sweco använde sig av undersökningen Norstat för att genomföra undersökningen. Norstat har en panel som är slumpmässigt rekryterad i landet. I panelen ingår, med roterande urval, 120 000 personer i åldrarna 18–75 år. De som skulle svara på enkäten valdes ut med hjälp av en screeningfråga. Screeningfrågan som ställdes var om personerna hade tankat en bil någon gång under det senaste halvåret. Målet var 1 000 svar som var representativa för befolkningen som helhet, när det gäller kön, geografisk hemvist, ålder och utbildningsbakgrund. Frågorna som ställdes till konsumenterna finns i bilaga 1.

1.4.3 Enkät till drivmedelsleverantörer

Alla drivmedelsleverantörer är enligt drivmedelslagen skyldiga att varje år rapportera uppgifter till Energimyndigheten om de drivmedel som drivmedelsleverantörerna levererat. En lista på drivmedelsleverantörer upprättades utifrån de som rapporterat drivmedel år 2022. De aktörer som nollrapporterat år 2022 eller endast är leverantörer av flygfotogen plockades bort från listan. Listan användes sedan för att skicka ut en enkät till alla drivmedelsleverantörer av gasformiga och/eller flytande drivmedel. Totalt skickades enkäten ut till 63 drivmedelsleverantörer.

Drivmedelsleverantörerna fick svara på bakgrundsfrågor om företaget, exempelvis om leverantören säljer drivmedel direkt till konsument och vilka försäljningsvolymer vid tankställen som omfattades av kraven år 2022. Drivmedelsleverantörerna fick sedan uppskatta sina administrativa kostnader för miljöinformation, hur tydligt de upplever vilken information de ska tillhandahålla och hur de ska tillhandahålla miljöinformationen. Därtill om de uppfattat att konsumenterna blivit påverkade av miljöinformationen (exempelvis om de mottagit frågor från konsumenter). Enkätfrågorna till drivmedelsleverantörerna finns i bilaga 2.

1.4.4 Intervjuer med drivmedelsleverantörer och anställda vid tankställen

Sweco genomförde också ett antal intervjuer med drivmedelsleverantörer och anställda vid tankställen. Drivmedelsleverantörer fick i enkäten ange om de kunde tänka sig svara på ytterligare frågor vid en telefonintervju. Sweco gjorde sedan ett urval utifrån svaren för att få en spridning regionalt, mellan olika typer av drivmedel och små och stora drivmedelsleverantörer. Med drivmedelsleverantörerna genomfördes sedan sammanlagt åtta telefonintervjuer.

Sweco genomförde också intervjuer på plats med anställda vid tankställen eftersom de anställda har större kontakt med konsumenter vid just tanktillfället. Totalt genomfördes sju intervjuer på tankställen i Stockholms län och Västra Götalandsregionen. De aktuella tankställena ägdes av tre olika drivmedelsleverantörer.

2 Resultat

I det här kapitlet presenteras resultaten av enkäterna riktade mot konsumenter och drivmedelsleverantörer, samt intervjuerna med drivmedelsleverantörer och personal vid tankställen.

2.1 Enkätundersökning riktad mot konsumenter

En webbenkät genomfördes riktad mot konsument. Konsumenter valdes ut att svara på enkäten med hjälp av en screeningfråga från en stor webbpanel. Målet, som också uppnåddes, var att 1 000 konsumenter skulle svara på enkäten, för att uppnå ett representativt urval.

2.1.1 Fördelning av de som svarat på enkäten

De svarande utgjordes av en något större andel män än kvinnor, 53 procent män jämfört med 47 procent kvinnor. När det gäller åldern på de som svarat i enkäten, så matchar inte åldersfördelningen den åldersfördelning som finns i befolkningen i stort, se Tabell 1. Det har att göra med att den webbpanel som konsumenter tillhör bara innehåller personer i åldern 18–75 år. Personer i åldern 18–75 år utgör cirka 73 procent av den totala befolkningen. Jämförs de svarande i enkäten med just befolkningen i åldern 18–75 år är skillnaderna inte så stora, se Tabell 1. Utifrån åldersgränserna för moped, bil och andra fordon så kan det förväntas att det är ett mindre antal personer under 18 år som tankar ett fordon. När det gäller personer över 75 år är det svårare att säga. Personer som är 80 år eller äldre utgjorde dock sex procent av alla de som innehade ett körkort år 2023⁷. Bedömningen är ändå att skillnaden i ålder för konsumenter som svarat på enkäten jämfört med befolkningen i sin helhet troligtvis inte påverkat svaren.

Tabell 1. Jämförelse av åldern på de som svarat på enkäten med befolkningen i stort. Andelar för befolkningen räknat utifrån SCB:s befolkningsstatistik⁸.

	Andel av de som svarat på enkäten	Andel av befolkningen i åldern 18–75 år	Andel av befolkningen totalt
18–29 år	18 %	18 %	13 %
30–39 år	18 %	19 %	14 %
40–49 år	16 %	17 %	12 %
50–59 år	20 %	17 %	13 %
60–69 år	17 %	15 %	11 %
70–75 år	11 %	13 %	10 %

⁷ Trafikanalys, 2024

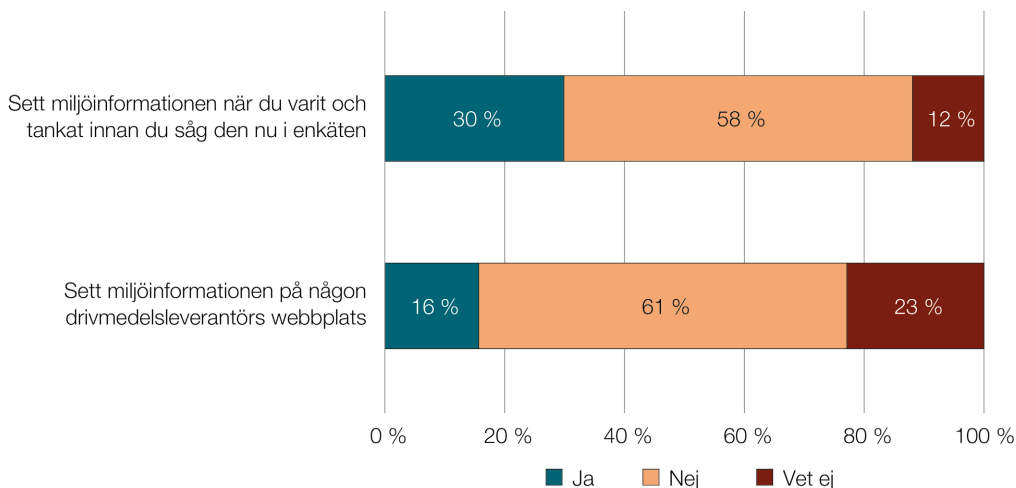
⁸ SCB, Folkmängden efter region, civilstånd, ålder och kön, År 1968–2023. *Statistikdatabasen*.

När det gäller geografisk tillhörighet så inkom fler svar från de regioner som har större populationer. Olikheter i kön och geografisk tillhörighet bedöms dock inte påverka svaren i enkäten, eftersom det rör sig om små skillnader.

Konsumenterna fick också svara på bakgrundsfrågor om utbildningsnivå, miljöintresse och om hur ofta de tankade. En något större andel (54 procent) svarade att de hade en eftergymnasial utbildning vilket kan jämföras med snittet på nationell nivå som är 38 procent⁹ (år 2022). Bland de svarande var det 64 procent som svarat att de hade stort eller nära på stort miljöintresse. Det kan jämföras med SOM-institutets statistikrapport om intresse för miljöfrågor från år 2020. Enligt SOM-institutet var 75 procent av Sveriges befolkning som helhet mycket intresserad eller ganska intresserad av miljöfrågor. I konsumentundersökningen om miljöinformation var det därmed en något lägre andel personer som angett högt miljöintresse jämfört med Sveriges befolkning i helhet. Skillnaden utgörs främst av personer med ganska stort intresse för miljöfrågor, där befolkningen i Sverige enligt SOM-institutet utgörs av 12 procentenheter fler än i konsumentundersökningen. Samtidigt är andelen personer som är mycket intresserad av miljöfrågor i princip detsamma (endast en procentenhets skillnad) jämfört med konsumentundersökningen för miljöinformation¹⁰.

2.1.2 Medvetenhet om miljöinformationen bland konsumenterna

Konsumenterna har i relativt låg utsträckning lagt märke till miljöinformationen. Endast 30 procent i konsumentundersökningen har sett miljöinformationen när de har tankat och endast 16 procent har sett miljöinformationen på någon av drivmedelsleverantörernas webbplats.

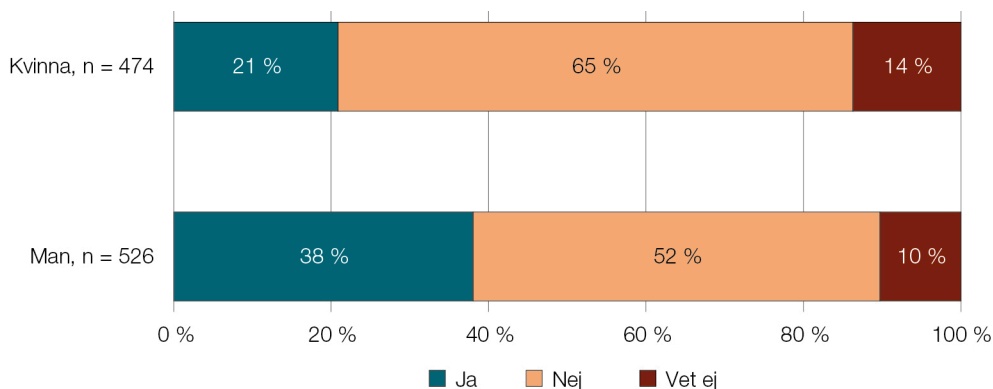


Figur 1. Kännedom om miljöinformationen.

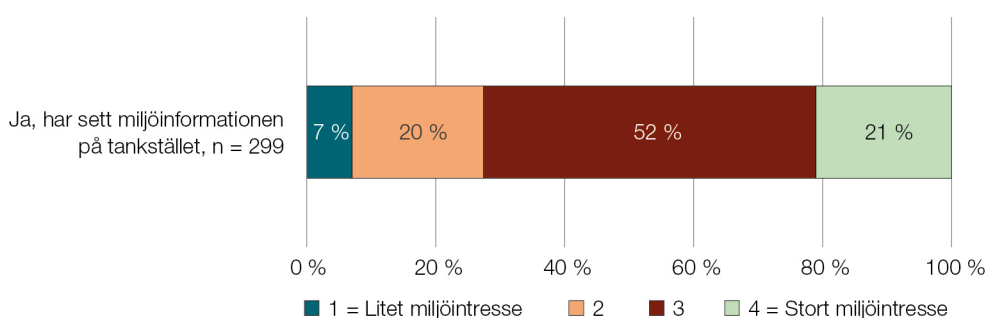
Det finns en betydande skillnad mellan män och kvinnor i huruvida de har sett miljöinformationen vid tankning. Bland män har 38 procent angett att de har sett miljöinformationen vid tankning och bland kvinnor är motsvarande siffra 21 procent. Samtidigt är det en högre andel personer som angett intresse för miljöfrågor som också har sett miljöinformationen 72,6 procent.

⁹ SCB, Befolkning 16–95+ år efter utbildningsnivå och år. *Statistikdatabasen*.

¹⁰ Jönsson, E. *Miljö- och klimatopinion i Sverige 2020, 2021*, s.4



Figur 2. Har du sett miljöinformationen när du varit och tankat innan du såg den nu i enkäten?

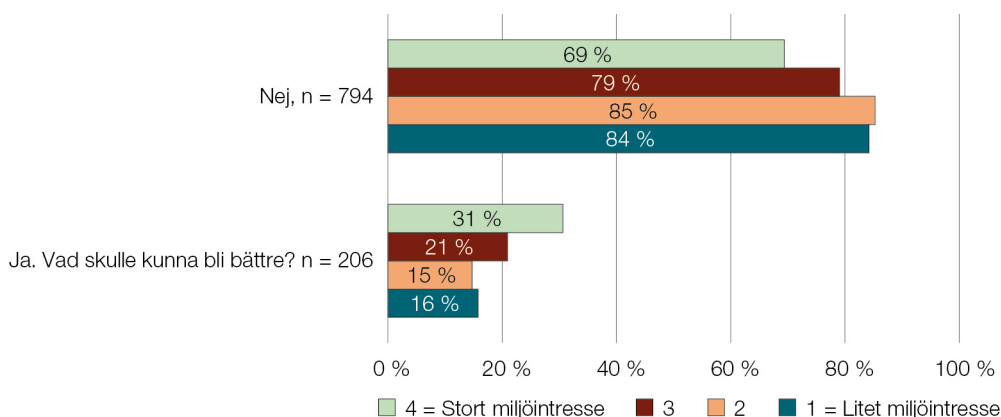


Figur 3. Har du sett miljöinformationen när du varit och tankat innan du såg den nu i enkäten?

I konsumentundersökningen är det klart fler personer som har sett miljöinformationen (34 procent) bland personer som har tankat fler gånger än de personer som endast har tankat en gång (12 procent) under det senaste halvåret. Detta får anses vara ett logiskt resultat. Samtidigt utgör också gruppen som har tankat fler gånger, det vill säga mer än sju gånger senaste halvåret flest personer i undersökningen (64 procent), medan de som tankat en gång endast utgör tre procent.

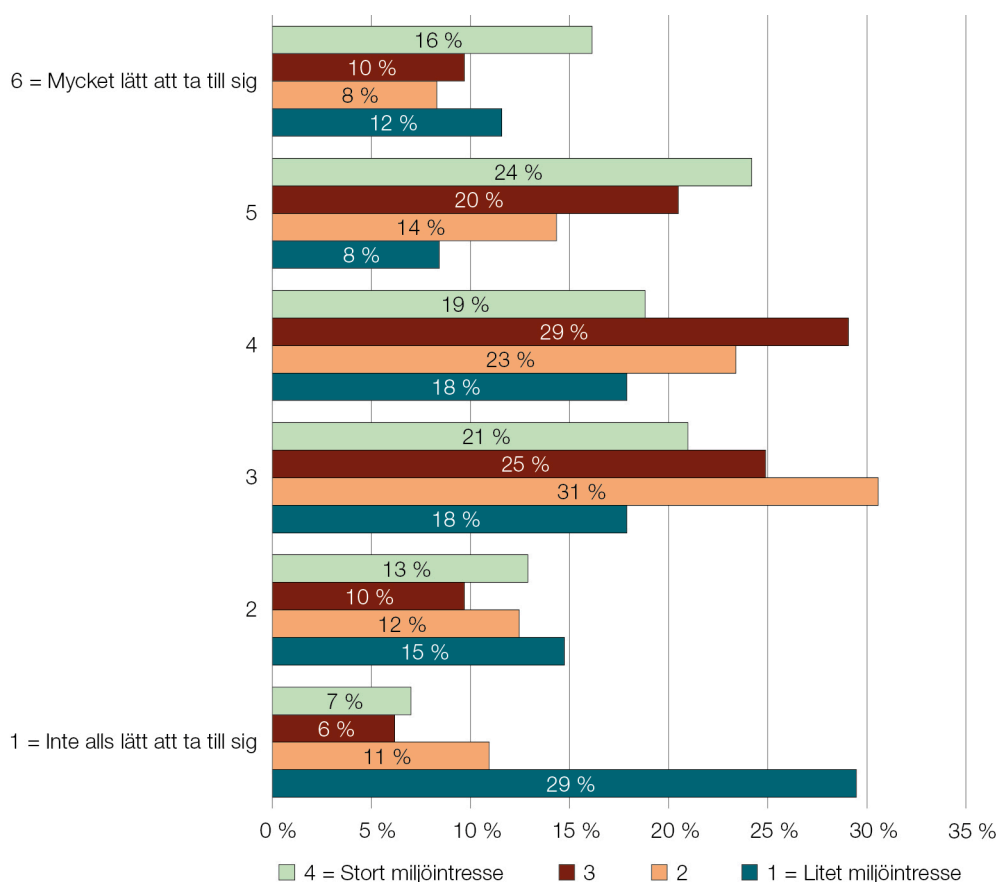
2.1.3 Hur konsumenterna upplever utformningen av miljöinformationen

I konsumentundersökningen angav 21 procent av respondenterna att miljöinformationen kan förbättras rent grafiskt, medan 79 procent svarat att den grafiska utformningen inte behöver förbättras. Det finns en tydlig överrepresentation av personer med högre grad av miljöintresse, bland de som svarat att det finns något i den grafiska utformningen av miljöinformationen som kan förbättras (cirka 10 procentenheter fler). Detta kan tolkas som att miljöintresserade personer är mer engagerade i miljöfrågor och därmed rimligtvis är mer engagerade och benägna att uttrycka åsikter kring miljöfrågor såsom miljöinformation.



Figur 4. Finns det något du tycker kan förbättras i hur miljöinformationen är utformad rent grafiskt?

Konsumenter har även besvarat en fråga om hur lätt miljöinformationen är att ta till sig och förstå i fråga om information och kommunikation. Det visar sig att 53 procent anser att miljöinformationen är lätt att förstå (det vill säga de personer som har svarat fyra till sex på en sexgradig skala). Det är samtidigt 47 procent som svarat ett till tre på den sexgradiga skalan, det vill säga att miljöinformationen inte är lätt att förstå eller att den svarande förhållit sig neutral (trea). Det är tydligt att miljöintresse spelar roll för den upplevda förståelsen av informationen och kommunikationen i miljöinformationen. Fler personer med högre grad av miljöintresse har svarat att miljöinformationen är lätt att förstå (svar fyra till sex), jämfört med de som angett att miljöinformationen inte är lätt att förstå.



Figur 5. Hur lätt tycker du att miljöinformationen är att förstå och ta till sig i fråga om information/kommunikation? (n = 1 000).

Fritextsvar om den grafiska utformningen

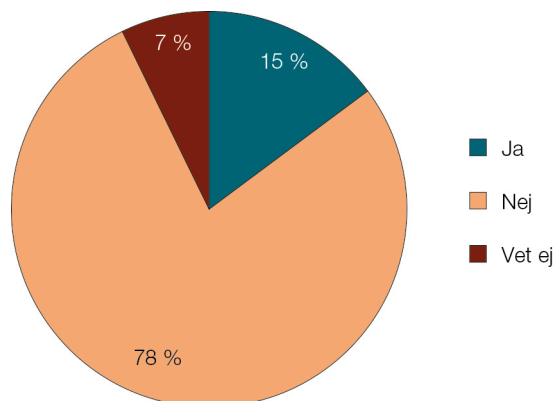
Det inkom sammanlagt 206 fritextsvar om den grafiska utformningen av miljöinformationen, se Tabell 2 för en sammanställning av de mest frekventa fritextsvaren. I fritextsvaren är den mest frekventa förekommande synpunkten att miljöinformationen på olika sätt bör tydliggöras. Flera respondenter anser att informationen är för teknisk och svår att ta till sig, givet den korta tid en konsument tankar och hinner läsa informationen. Den näst mest förekommande synpunkten är att miljöinformationen bör ha större text och utformning för att synas bättre. Fritextsvarens tredje mest frekventa synpunkt är att det visuella och grafiska bör förbättras, exempelvis genom tydligare färger och bilder. Därutöver är det flera respondenter som har uttryckt att placeringen av miljöinformationsdekalen vid pump kan förbättras, miljöinformationen kan annars lätt missas. Det är ett par respondenter som anser att färgskalan bör skiftas till att grön (låg klimatpåverkan) placeras till vänster och att röd (hög klimatpåverkan) placeras till höger på dekalen. Respondenter anser att detta blir en mer logisk utformning. Det är även ett par respondenter som uttrycker att en QR kod till en hemsida med ytterligare information kan vara ett bra alternativ.

Tabell 2. Fritextsvar från konsumentenkenäten gällande grafisk utformning av miljöinformationen

Fritextsvar grafisk utformning	Antal
Tydligare, förenkla	32
Större	20
Grafiskt, bilder och färger	19
Placeringen	8
Byt färgskala vänster till höger	4
QR kod	3

2.1.4 Konsumenternas bedömning av hur miljöinformationen påverkat dem

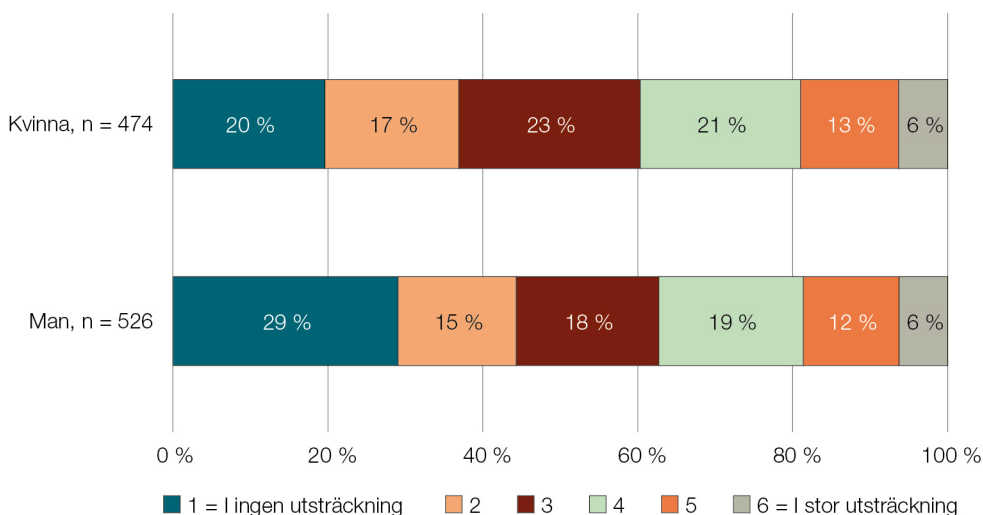
Konsumenterna har i låg grad påverkats av miljöinformationen vid val av drivmedel. På frågan i enkäten om miljöinformationen har påverkat valet av drivmedel, är det endast 15 procent som svarar att miljöinformationen har påverkat drivmedelsvalet, 78 procent svarade att miljöinformationen inte har påverkat valet av drivmedel.



Figur 6. Har miljöinformationen påverkat ditt val av drivmedel? (n = 1 000).

Konsumenterna har även besvarat en fråga om i vilken utsträckning miljöinformationen skulle påverka valet av bil vid nästa bilinköp på en sexgradig skala. I undersökningen är det något fler kvinnor (40 procent) som svarat fyra till sex på den sexgradiga skalan, det vill säga att miljöinformationen bedöms påverka nästa bilinköp. Bland män är det 37 procent som svarat fyra till sex på den sexgradiga skalan. Samtidigt är det en majoritet (över 60 procent) av både kvinnor och män som bedömer att miljöinformationen inte kommer att påverka val av bil vid nästa bilinköp (ett till tre på den sexgradiga skalan). Noterbart är att det är en högre andel män (29 procent) jämfört med kvinnor (20 procent), som svarat en etta på den sexgradiga skalan, det vill säga att miljöinformationen inte alls bedöms påverka valet av bil vid nästa bilinköp. Konsumenter med ett lågt miljöintresse svarade samtidigt att miljöinformationen bedöms påverka valet av bil vid nästa bilinköp i lägre utsträckning.

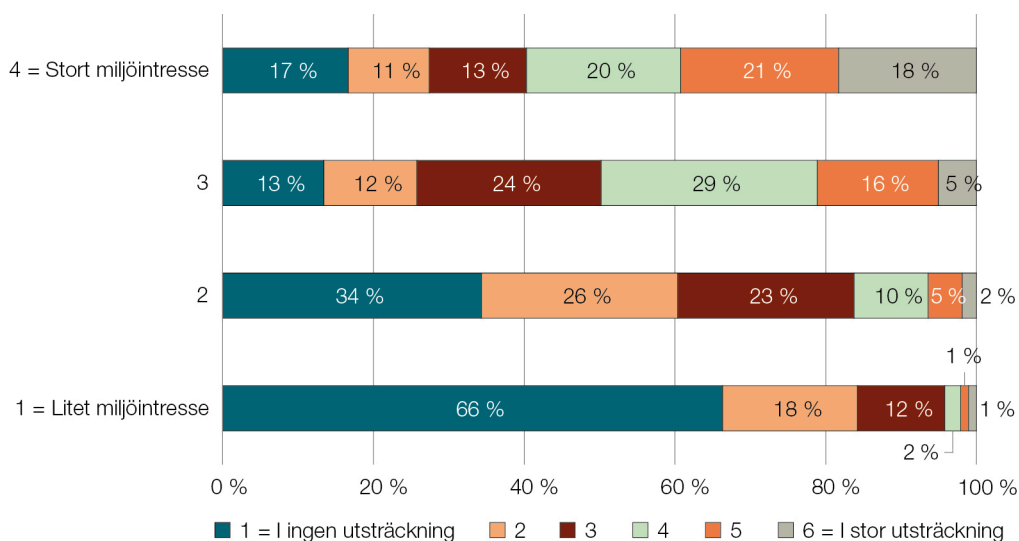
Att kvinnor i något högre utsträckning anser att miljöinformationen kan påverka valet av bil, skulle möjligen kunna bero på att kvinnor har ett något större intresse för miljöfrågor än män i landets befolkning som helhet¹¹. Det bör dock poängteras att det skulle behövas mer data och undersökning för att fastställa detta samband. Utifrån nedanstående figurer om miljöinformationens bedömda påverkan vid val av bil vid nästa bilinköp, i förhållande till kön och intresse för miljöfrågor, är det tydligt att graden av miljöintresse avgör konsumenters bedömning om miljöinformationen kan komma att påverka valet av bil vid nästa bilinköp i klart högre utsträckning än kön. Intresse för miljöfrågor verkar därmed utgöra en mer utmärkande faktor för bedömningen av huruvida miljöinformationen påverkar respondenter. Det kan dock inte uteslutas att kön kan spela en roll, utifrån att kvinnor har ett större miljöintresse än befolkningen i helhet, men denna skillnad är inte särskilt betydande. Skillnaden skulle kunna förmodas spegla de mindre variationer som har uppmärksamats i SOM-institutets studie¹².



Figur 7. I vilken utsträckning bedömer du att miljöinformationen skulle påverka ditt val av bil vid ditt nästa bilinköp?

¹¹ Jönsson, E. *Miljö- och klimatopinion i Sverige 2020, 2021*, s. 4–6

¹² Jönsson, E. *Miljö- och klimatopinion i Sverige 2020, 2021*, s. 4–6



Figur 8. I vilken utsträckning bedömer du att miljöinformationen skulle påverka ditt val av bil vid nästa bilinköp? (Uppdelat efter intresse för miljöfrågor).

2.1.5 Fritextssvar övriga synpunkter

Det inkom sammanlagt 479 fritextsvar med övriga synpunkter kring miljöinformationen, se Tabell 3 för en sammanställning av de mest frekventa svaren. I fritextsvaren är den mest frekvent förekommande synpunkten att miljöinformationen är bra. Respondenterna har bland annat uttryckt att det är bra att miljöinformationen finns, att miljöinformationen ger mycket information samt är tydlig och lättförstådd. Den andra mest frekventa synpunkten är att miljöinformationen är otydlig och bör förenklas. Respondenter har bland annat uttryckt att miljöinformationen är svårtolkad och för avancerad givet den korta tid en tankning pågår. Det tredje mest frekventa fritextssvaret är att miljöinformationen är dålig. Respondenter har bland annat uttryckt att miljöinformationen är onödig, inte ger någon effekt, bland annat eftersom konsumenter oftast inte har möjlighet att byta drivmedel eller bil vid tankning. Andra aspekter som flera respondenter uttryckt är att miljöinformationen kunde vara mer synlig genom placeringen av dekalen på tankställena. Flera respondenter har även uttryckt att miljöinformationen bör vara större, för att konsumenter ska kunna lägga märke till miljöinformationen i högre utsträckning.

Tabell 3. Fritextsvar från konsumentenkäten – övriga synpunkter

Fritextsvar övrigt	Antal
Miljöinformationen är bra	94
Otydlig bör förenklas	60
Miljöinformationen är dålig	43
Placering	20
Större	16

2.2 Enkätundersökning riktad mot drivmedelsleverantörer

Av de 63 drivmedelsleverantörer som mottog enkäten var det 33 drivmedelsleverantörer som svarade på alla frågor i enkäten. På den allra första frågan svarade 43 men sedan har inte alla fullföljt hela enkäten.

För att skapa en bild av hur pass representativa svaren är, så undersöktes hur stor andel av de inrapporterade mängderna för år 2022 som de svarande av enkäten stod för, uppdelat i flytande respektive gasformiga drivmedel, se Tabell 4.

Tabell 4. Andel av drivmedelsleverantörer som svarat på enkäten i förhållande till det totala antalet drivmedelsleverantörer och inrapporterade volymer för år 2022

	Flytande drivmedel	Gasformiga drivmedel
Respondenternas andel av de totala inrapporterade volymerna	68 %	77 %
Respondenter med försäljningsvolymers andel av de totala inrapporterade volymerna ¹³	67 %	76 %
Antal drivmedelsleverantörer som deltog i rapporteringen	24	38
Antal drivmedelsleverantörer (i kategorin) som svarat på enkäten ¹⁴	11	26
Antal drivmedelsleverantörer (i kategorin) som svarat på enkäten och angett försäljningsvolym för säljställen som omfattas av kravet	6	22

För flytande drivmedel är det 11 av 24 drivmedelsleverantörer som svarat på enkäten.¹⁵ Av de 11 drivmedelsleverantörer av flytande drivmedel som svarat på enkäten är det sex drivmedelsleverantörer som också angett att de haft försäljningsvolym på säljställen som omfattas av kraven på miljöinformation. De sex drivmedelsleverantörer av flytande drivmedel som angett försäljningsvolym på säljställen som omfattas av krav stod dock för hela 67 procent av de inrapporterade mängderna drivmedel år 2022.

När det gäller de gasformiga drivmedlen är det en större andel av drivmedelsleverantörerna som svarat på enkäten¹⁶ (26 av 38), se Tabell 4. Av de 26 leverantörer av gasformiga drivmedel som svarat på enkäten, är det 22 som också har angett försäljningsvolym för säljställen som omfattas av kraven. De 22 drivmedelsleverantörerna stod för 76 procent av de inrapporterade mängderna av gasformiga drivmedel år 2022, se Tabell 4.

Det är fler drivmedelsleverantörer av gasformiga drivmedel som svarat på enkäten än drivmedelsleverantörer av flytande drivmedel. Det finns totalt sett fler leverantörer av gasformiga drivmedel än av flytande drivmedel, men det finns ändå en viss överrepresentation av leverantörer av gasformiga drivmedel bland svaren på enkäten.

¹³ Här menas drivmedelsleverantörer som har angett att de har en försäljningsvolym vid tankställe som omfattas av krav för respektive typ av drivmedel (flytande eller gasformigt). De volymer som de rapporterat in för rapporteringsåret 2022 jämförs med de totala inrapporterade volymerna för rapporteringsåret 2022.

¹⁴ Här räknas svaret på enkäten att ha svarat på frågorna i enkäten åtminstone fram till fråga 9, det vill säga svaret på frågor om försäljningsvolym och om eventuella administrativa kostnader.

¹⁵ Här räknas svaret på enkäten att ha svarat på frågorna i enkäten åtminstone fram till fråga 9, det vill säga svaret på frågor om försäljningsvolym och om eventuella administrativa kostnader.

¹⁶ Här räknas svaret på enkäten att ha svarat på frågorna i enkäten åtminstone fram till fråga 9, det vill säga svaret på frågor om försäljningsvolym och om eventuella administrativa kostnader.

2.2.1 Drivmedelleverantörernas administrativa kostnader

Drivmedelsleverantörerna fick uppskatta både de administrativa kostnaderna för miljöinformationen på webbplats och vid tankstationer. Eftersom det kan finnas skillnader mellan leverantörer av gasformiga drivmedel och flytande drivmedel så redovisas de administrativa kostnaderna uppdelat efter typ av drivmedelsleverantör se Tabell 5, Tabell 6 och Tabell 7. Det finns en stor spridning i de angivna kostnaderna, både när det gäller uppskattad kostnad för miljöinformation på webbplats och vid tankställen och inom de två leverantörsgrupperna.

Det finns ett antal olika möjliga skäl till spridningen. En förklaring är att det också finns stora skillnader i de volymer som drivmedelsleverantörerna hanterar. Detta kan dock förväntas ha en mindre påverkan på den administrativa kostnaden för miljöinformationen på webbplats, där det ändå går att se stor spridning i kostnaderna, se Tabell 5. Antalet produkter att ta fram miljöinformation för kan dock variera mellan olika drivmedelsleverantörer. Till sist är de administrativa kostnaderna uppskattningar som aktörerna gjort och där kan det finnas stora skillnader i hur kostnader uppskattas, speciellt om det rör sig om kostnader för intern personal. Drivmedelsleverantörerna fick i enkäten också ange vilka kostnader och aktiviteter de räknat in i de administrativa kostnaderna (gällande både webbplats och tankställen). Kostnader som drivmedelsleverantörerna listat (och som inte specifikt kommer från tankställen) inkluderar exempelvis: sammanställning av underlag, beräkningar och uppdatering av webbplats.

Tabell 5. Drivmedelsleverantörernas administrativa kostnader för miljöinformation på webbplats för 2022, enligt enkätsvar, uppdelat på leverantörer av flytande respektive gasformiga drivmedel.¹⁷

	Administrativa kostnader för miljöinformation på webbplats (kr/år)	
	Leverantörer av flytande drivmedel	Leverantörer av gasformiga drivmedel
Medel	37 793 kr	6 371 kr
Min	0 kr	0 kr
Max	100 000 kr	25 000 kr
Median	20 000 kr	4 000 kr
Antal	11	26

När det gäller de administrativa kostnaderna för miljöinformation vid tankställen är spridningen också väldigt stor. Det är också en stor skillnad mellan leverantörer av flytande drivmedel och leverantörer av gasformiga drivmedel, se Tabell 6 och Tabell 7. En möjlig förklaring är att det också är stora skillnader i de försäljningsvolymerna som leverantörerna har angett för säljställen som omfattas av kraven på miljöinformation. Jämförs de administrativa kostnaderna med angivna försäljningsvolymerna så syns en tendens att de administrativa kostnaderna är högre vid högre försäljningsvolymerna. En högre försäljningsvolym kan innebära fler tankställen och därmed fler platser dit miljöinformationsetiketterna behöver distribueras.

¹⁷ Två av de drivmedelsleverantörer som svarat har försäljningsvolymerna av både gasformiga och flytande drivmedel, de har klassificerats som leverantörer av flytande drivmedel.

Tabell 6. Leverantörer av flytande drivmedels administrativa kostnader för miljöinformation vid tankställen för 2022 enligt enkätsvar (inkluderar sex svar)¹⁸.

	Administrativa kostnader för miljöinformation vid tankställen (kr)	Försäljningsvolym på säljställen som omfattas av krav (m ³)
Medel	617 298	761 621
Min	4 000	4 878
Max	2 500 000	1 925 386
Median	325 000	625 436

Andra möjliga förklaringar till skillnader är olika geografisk spridning av drivmedelsleverantörernas säljställen. Det skulle också kunna vara en möjlig förklaring till skillnaden mellan drivmedelsleverantörer av gasformiga drivmedel och flytande drivmedel. En drivmedelsleverantör av gasformiga drivmedel har troligtvis kortare distributionsvägar mellan produktionsanläggning och tankställe, eftersom det är olönsamt att transportera biogas över långa sträckor. Det kan också innebära att tankställen är utspridda över ett mindre geografiskt område. En annan möjlighet som också har nämnts gällande administrativa kostnader för webbplats, är att det kan finnas skillnader i antalet produkter som varje drivmedelsleverantör ska redovisa miljöinformationen för. Slutligen, eftersom det rör sig om uppskattningar som varje drivmedelsleverantör gör, så kan det finnas stora skillnader i hur uppskattningen gjorts och vad som inkluderats i kostnaderna. Drivmedelsleverantörerna har också fått ange vilka kostnader/aktiviteter som de inkluderat i sina administrativa kostnader och där finns det vissa skillnader i vad som angetts. Aktiviteter som inkluderats är tryckeri, framtagning av dekal och uppsättning av dekal. Vissa har även angett kostnader såsom projektledning, uppföljning och logikostnader för personal. Vid intervjuerna framkom att vissa anlitar externa konsulter för att utföra arbetet med att sätta upp miljöinformationen vid tankställen.

Tabell 7. Leverantörer av gasformiga drivmedels administrativa kostnader för miljöinformation vid tankställen för 2022 enligt enkätsvar (inkluderar 22 svar)¹⁹.

	Administrativa kostnader för miljöinformation vid tankställen (kr)	Försäljningsvolym på säljställen som omfattas av krav (Nm ³)
Medel	23 045	1 867 104
Min	0	90 942
Max	180 000	8 500 000
Median	8 100	617 853

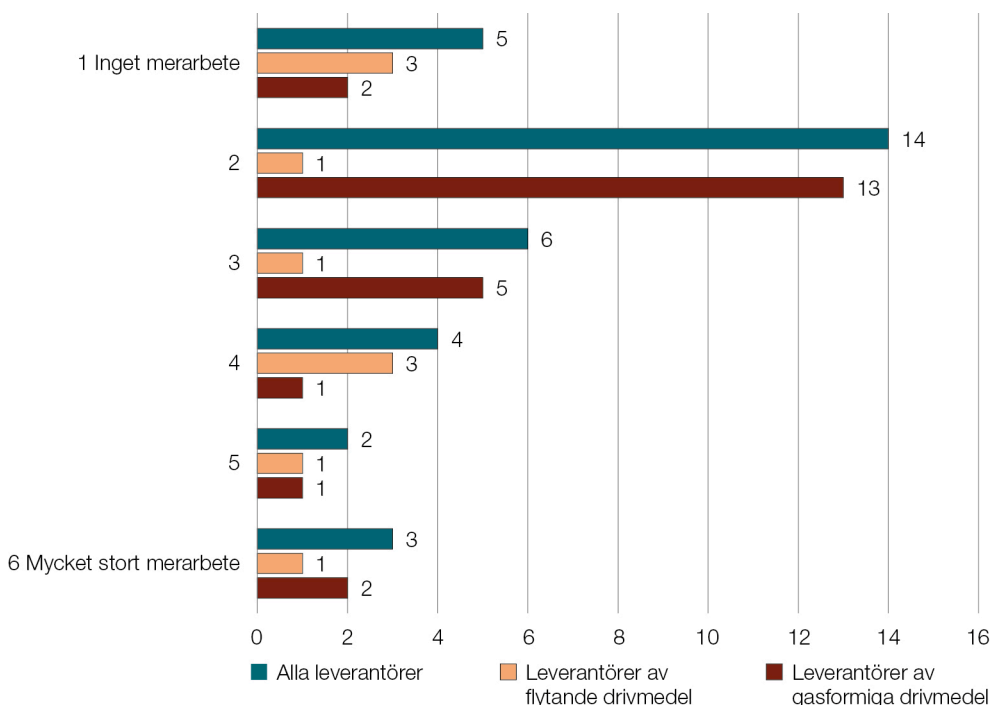
¹⁸ Endast svaren från drivmedelsleverantörer som angett att de har en försäljningsvolym vid säljställen som omfattas av krav finns med i den här tabellen.

¹⁹ Endast svaren från drivmedelsleverantörer som angett att de har en försäljningsvolym vid säljställen som omfattas av krav finns med i den här tabellen.

Som nämnts tidigare kan det generellt sägas att en högre försäljningsvolym verkar medföra en högre administrativ kostnad för miljöinformation vid tankställen. Det går dock inte att ta fram ett enkelt samband mellan försäljningsvolym och administrativ kostnad, variationerna är för stora. Om de uppskattade kostnaderna divideras med försäljningsvolym vid säljställen som omfattas av kraven så är spannet 0,4–12,9 kr per m³ och år (med ett medel på 3,1 kr per m³ och år) för flytande drivmedel och 0–0,17 kr per Nm³ och år (med ett medel på 0,17 kr per Nm³ och år) för gasformiga drivmedel. Utifrån de uppskattade kostnader och försäljningsvolym som drivmedelsleverantörerna uppgett, så har troligtvis kostnaden för miljöinformation en försumbar inverkan på drivmedelspriserna.

2.2.2 Drivmedelsleverantörernas merarbete för att ta fram miljöinformation

Drivmedelsleverantörer är skyldiga enligt drivmedelslagen, att varje år rapportera in uppgifter till Energimyndigheten om de drivmedel de levererat. Miljöinformationen baseras i sin tur på uppgifterna om drivmedelsleverantörernas levererade drivmedel, varpå det finns en naturlig överlappning mellan de inrapporterade uppgifterna och de uppgifter drivmedelsleverantörerna behöver för miljöinformationen. Drivmedelsleverantörerna fick i enkäten uppskatta på en skala från ett till sex hur mycket merarbete de uppskattade att ta fram miljöinformation om drivmedel medför, se Figur 9. Sett till alla drivmedelsleverantörer verkar de flesta göra bedömningen att miljöinformationen inte innebär särskilt mycket merarbete. För drivmedelsleverantörer av flytande drivmedel är det inte lika tydligt, där verkar det finnas både drivmedelsleverantörer som tycker att det innebär inget eller litet merarbete och de som anser att det innebär desto mer merarbete.

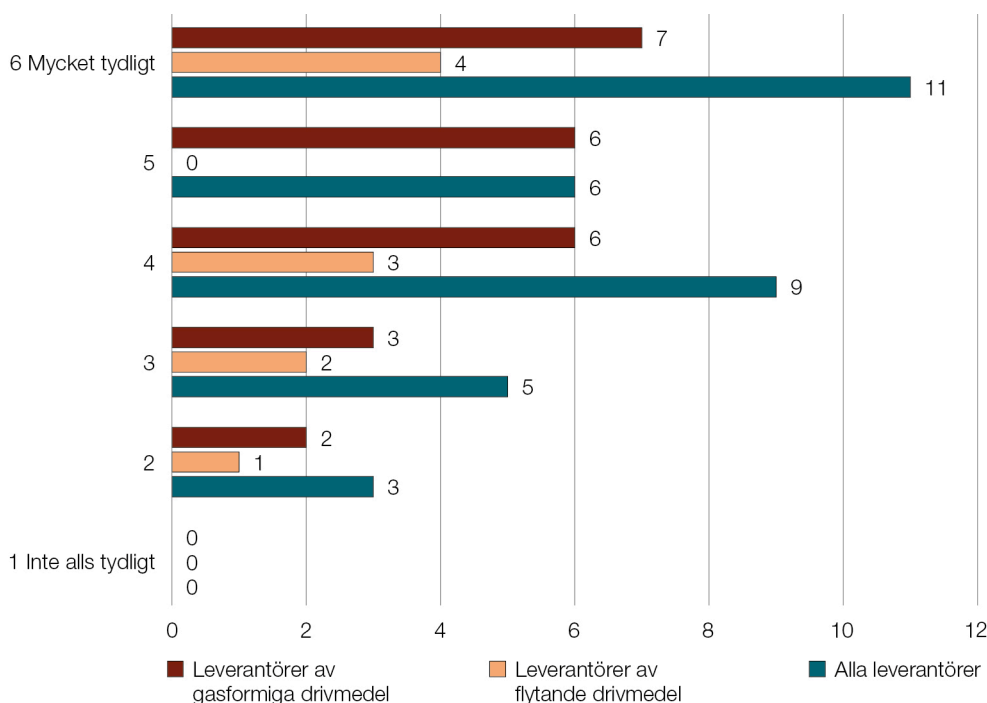


Figur 9. Drivmedelsleverantörernas uppskattning av hur mycket merarbete framtagning av miljöinformationen innebär. Totalt 34 svarade på frågan (10 leverantörer av flytande drivmedel och 24 leverantörer av gasformiga drivmedel).

2.2.3 Hur drivmedelsleverantörer uppfattar vilken information som ska tillhandahållas och på vilket sätt

De flesta drivmedelsleverantörerna verkar anse att det är tydligt vilken information som ska tillhandahållas kopplat till miljöinformation, se Figur 10. Det var 76 procent av de som svarade på frågan om tydligheten i vilken information som ska tillhandahållas, som angav en fyra eller högre på den sexgradiga skalan. Ingen av de som svarade på enkäten svarade ”inte alls tydligt”. Det går inte att se någon tydlig skillnad i hur leverantörer av flytande drivmedel respektive leverantörer av gasformiga drivmedel svarat.

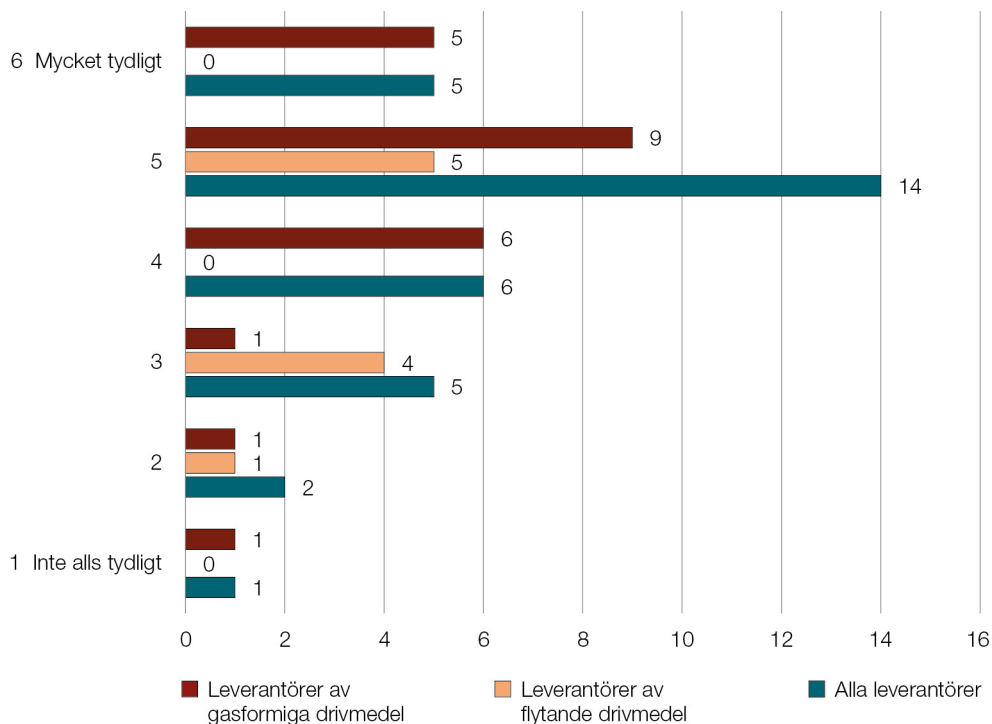
De som gav låga betyg för tydlighet kopplat till vilken information som ska tillhandahållas (betyg tre eller lägre) fick också möjlighet att svara med fritext om vad de ansåg var otydligt. De synpunkter som framfördes var att drivmedelsleverantörer konkret saknar vad som ska stå på miljöinformationen, att guiden för hur dokumentationen ska sammanställas är obefintlig och att det är otydligt hur fördelningen mellan produkter och tankställen ska genomföras.



Figur 10. Drivmedelsleverantörernas svar på frågan ”Hur tydligt är det vilken miljöinformation ni ska tillhandahålla?” Totalt 34 svarade på frågan (10 leverantörer av flytande drivmedel och 24 leverantörer av gasformiga drivmedel).

Drivmedelsleverantörerna fick också svara på frågan om hur tydligt det är hur miljöinformationen ska tillhandahållas, se Figur 11. De allra flesta drivmedelsleverantörerna verkar uppleva att det är tydligt. Av de som svarat på enkäten är det 76 procent som angav fyra eller högre på den sexgradiga skalan. Av de leverantörer av flytande drivmedel som svarat, är det fler som inte håller med om att det är tydligt hur miljöinformationen ska tillhandahållas jämfört med leverantörer av gasformiga drivmedel.

Drivmedelsleverantörer som gav låga betyg (betyg tre eller lägre) på frågan om tydlighet kopplat till hur miljöinformationen ska tillhandahållas, fick även möjlighet att svara med fritextsvar vad de ansåg var otydligt. De synpunkter som lyftes innefattade bland annat att det inte finns någon guide och att mallen som tillhandahålls är bra men att det är svårt att hitta program för att bearbeta mallen.

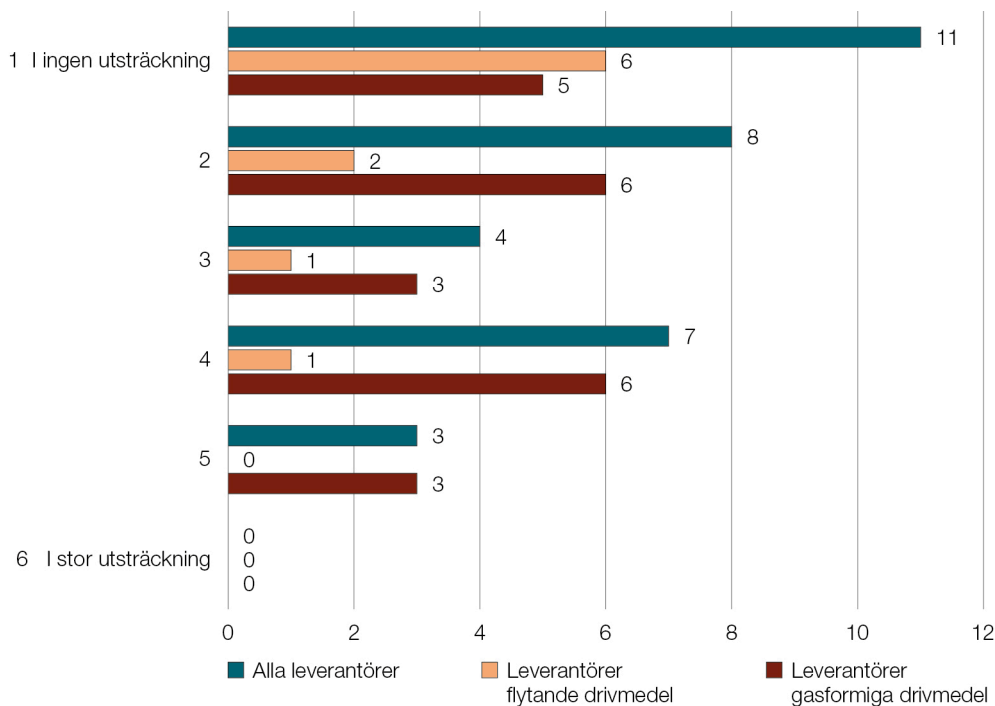


Figur 11. Drivmedelsleverantörernas svar på frågan "Hur tydligt är det hur miljöinformationen ska tillhandahållas?" Totalt 33 svarade på frågan (10 leverantörer av flytande drivmedel och 23 leverantörer av gasformiga drivmedel).

2.2.4 Drivmedelsleverantörernas bedömning av påverkan på konsumenter

Drivmedelsleverantörerna fick bedöma i vilken omfattning de uppfattat att konsumenterna blivit påverkade av miljöinformationen. Ungefär 70 procent av drivmedelsleverantörerna ansåg att miljöinformationen påverkat konsumenterna i ingen eller liten utsträckning (tre eller lägre på en sexgradig skala), se Figur 12. När det gäller svaren på frågan, fanns det en skillnad mellan leverantörer av flytande drivmedel och gasformiga drivmedel. Leverantörer av flytande drivmedel var mer pessimistiska och angav i större utsträckning att de uppfattat att konsumenter inte blivit påverkade av miljöinformationen.

De drivmedelsleverantörer som angett fyra eller högre fick också möjlighet att lämna ett fritextsvar om på vilket sätt de ansåg att konsumenterna blivit påverkade av miljöinformationen. Leverantörerna av gasformiga drivmedel lyfte fram att miljöinformationen skapar en ökad medvetenhet om biogasens miljövärde och hur ingående råvaror påverkar klimatpåverkan. Därtill lyftes att miljöinformationen gör att konsumenterna kan förstå att drivmedel kan tillverkas i Sverige med låg klimatpåverkan. En gasleverantör angav dock att konsumentpåverkan inte varit så stor, eftersom konsumenterna redan vet att biogasen är ett miljövänligt alternativ. Bland leverantörer av flytande drivmedel var det bara en leverantör som lämnade ett fritextsvar. Leverantören lyfte att delen i miljöinformationen om klimatpåverkan är bra, eftersom det underlättar för konsumenterna när de ska välja mellan röd och grön diesel, men att övrig information däremot är svårtolkad.



Figur 12. Drivmedelsleverantörernas uppskattning av i vilken utsträckning konsumenter påverkats av miljöinformationen. Totalt 33 svarade på frågan (10 leverantörer av flytande drivmedel och 23 leverantörer av gasformiga drivmedel).

2.3 Intervjuer med drivmedelsleverantörer och tankställen

Sweco genomförde ett fåtal intervjuer med drivmedelsleverantörer och anställda på tankställen. Av de drivmedelsleverantörer som intervjuades, uppger de flesta att kostnaderna är små eller rimliga. Några uppger att kostnader är små i förhållande till verksamheten, men att kostnaden är stor i relation till miljöinformationens nytta. När det gäller eventuellt merarbete som miljöinformationen innebär så svarade drivmedelsleverantörerna i intervjuerna, i likhet med svaret på enkäten, att det inte medför något större merarbete att ta fram uppgifterna. En drivmedelsleverantör menar dock att det innebär ett merarbete, eftersom de inte har produkter på det sätt som miljöinformationen kräver.

Några av de intervjuade drivmedelsleverantörerna uppger också att de upplever att det finns en för stor frihet i hur miljövärde allokeras till produkter. Utifrån systemet menar vissa drivmedelsleverantörer, att det går att flytta om statistik så att de synliga produkterna visas med högre miljövärde och därmed ser ut att ha mer förnybart innehåll än produkter som inte är synliga (som troligen inte går till konsument). Allokeringen av utsläppsnivå är produkt-specifik, medan reduktionsplikten är på totalnivå.

Drivmedelsleverantörerna får betydligt fler frågor från företag om miljöinformationen än från konsumenter. En leverantör uppfattar att det är svårt för konsumenterna att ta del av den här typen av information vid pump. Konsumenten behöver välja ett drivmedel utifrån den bil som konsumenten äger och i bästa fall kan miljöinformationen påverka framtida bilinköp. Vissa drivmedelsleverantörer menar att det främst är redan miljöintresserade konsumenter som är intresserade och tar del av miljöinformationen. En av de intervjuade lyfter också att miljöinformationen sannolikt inte uppmärksammas av särskilt många.

Mer än hälften av de intervjuade drivmedelsleverantörerna menar att miljöinformationen borde nå konsumenterna i ett annat skede eller på en annan plats. Några menar att det är vid bilinköpet som miljöinformationen borde redovisas. Andra lyfter att det borde bli enklare att jämföra olika drivmedel och att miljöinformationen i stället för att placeras vid pump, bör erhållas via en hemsida där olika drivmedel kan jämföras med varandra. Drivmedelsleverantörerna lyfter också att miljöinformationen som redovisas är föråldrad och skulle behöva hållas mer aktuell. En av de intervjuade lyfte att det blir en stor skillnad mellan miljöinformationen vid pump och verkligheten, i och med sänkningen av reduktionsplikten.

När det gäller intervjuerna med personal på tankställen, framkom att de anställda har låg kunskap om miljöinformationen. En tredjedel av de intervjuade kände till miljöinformationen. Mer än hälften hade läst eller sett miljöinformationen vid pump och en tredjedel hade blivit informerade och utbildade om miljöinformationen vid anställning. De intervjuade gjorde bedömningen att konsumenter vid tankstället generellt sett inte uppmärksammat miljöinformationen. En av de intervjuade lyfter dock att vissa konsumenter brukar fråga om ursprungsland för bränsletyper och sammansättning. I intervjuerna med de anställda på tankställen uttrycktes förslag om att förmedla miljöinformationen på andra ställen än vid pumpen, till exempel inne i butiken.

3 Synpunkter från bransch- och intresseorganisationer

Under arbetet med uppföljningen av effekterna för miljöinformationen hölls separata möten med Drivkraft Sverige, Energigas Sverige och Gröna Mobilister. På mötet fick varje organisation möjlighet att framföra sina synpunkter kopplat till miljöinformationen.

3.1 Drivkraft Sverige

Drivkraft Sverige är branschorganisation för bränsle- och drivmedelsföretag och har sju medlemmar som tillsammans äger 2 700 marknadsplatser och 6 raffinaderier.

Drivkraft Sverige vill att miljöinformationen ska finnas kvar men att den ska ha en annan utformning än idag. Ett problem enligt Drivkraft Sverige är att miljöinformationen bygger på gamla uppgifter, vilket resulterar i att den information som konsumenter får vid tankställe visar klimatprestandan för drivmedlet långt tillbaka i tiden. Drivkraft Sverige vill gärna att miljöinformationen baseras både på den rapportering drivmedelsleverantörerna gör och på en framtidsblickande prognos baserat på reduktionsplikten. För att underlätta för drivmedelsleverantörerna, föreslår också Drivkraft Sverige att miljöinformation vid tankställena ersätts med en etikett med QR-kod och webbadress som leder direkt till respektive bolags hemsida och miljöinformation. Då behöver inte miljöinformationen vid tankställena uppdateras varje år och eftersläpningen i informationen minskas. Drivkraft Sveriges medlemmar verkar inte tycka att kostnaderna för miljöinformationen är betungande, men medlemmarna har uttryckt att kostnaderna är onödiga i förhållande till hur liten effekt miljöinformationen ger.

3.2 Energigas Sverige

Energigas Sverige är branschorganisation för aktörer inom biogas, fordonsgas, gasol, naturgas och vätgas. Energigas Sverige har ungefär 180 medlemmar.

Energigas Sverige framförde att deras medlemmar tycker att dekalen vid tankställena är bra och lätt att ta till sig. Det blir en naturlig eftersläpning av uppgifterna på miljöinformationen vid tankställena, men detta skulle kunna lösas med mer aktuella uppgifter på företagets hemsidor. En QR kod på dekalen skulle enligt Energigas Sverige kunna vara ett frivilligt komplement. Energigas Sverige anser dock att det är viktigt att miljöinformationen finns kvar vid tankställena, eftersom många som tankar sannolikt inte kommer att använda QR-koden och därmed missar miljöinformationen. Energigas Sverige ser gärna att det fanns tydligare rekommendationer om dekalens placering, så att dekalen lättare kan uppmärksammas av konsumenter. Därtill förslår Energigas Sverige att miljöinformationsdekalen skulle kunna kompletteras med en jämförelse med fossilt medelvärde för att öka tydligheten för konsumenter. Det fossila jämförelsevärdet bör då vara detsamma för samtliga drivmedelstyper, det vill säga biogas bör jämföras med bensin/diesel och inte med naturgas. Energigas Sverige vill därtill även gärna se att informationskampanjer genomförs, för att göra konsumenter mer medvetna om miljöinformationen. Energigas Sverige har inte hört något från deras medlemmar om att miljöinformationen skulle medföra för höga administrativa kostnader.

3.3 Gröna Mobilister

Gröna Mobilister är en förening inriktad mot konsumentfrågor kopplat till hållbara transporter med cirka 1 000 privatperson som medlemmar (år 2022).

Gröna Mobilister framförde att det är svårt att jämföra olika drivmedelsleverantörer och att det vore bättre om den webbaserade miljöinformationen presenterades på en gemensam webbsida. Miljöinformationen vid tankställen skulle sedan kunna länka till den gemensamma websidan i stället för bolagens webbsidor. Webbadressen som står på miljöinformationen skulle också kunna ersättas med en QR-kod. Det är dock viktigt att miljöinformationen fortsätter finnas kvar vid tankställen. Gröna Mobilister lyfte också att miljöinformationsetiketten bör genomgå en grafisk förenkling, för att underlätta för konsumenter att uppmärksamma den viktigaste informationen. Gröna Mobilister vill också att det blir mer standardiserat hur miljöinformationsetiketten ska placeras, så att dekalen alltid är väl synlig för konsument. Gröna Mobilister vill också att miljöinformationen görs mer aktuell, genom en hårdare deadline för drivmedelsleverantörerna, exempelvis skulle deadline för miljöinformationen på webbplats kunna vara kortare än den är för miljöinformation vid tankställen. Gröna Mobilister framförde också en önskan om att miljöinformationen ska utökas, så att fler tankställen och laddstationer omfattas och att även ursprungsland redovisas vid pump. De önskar också att insatser görs för att informera och utbilda allmänheten om miljöinformationen.

4 Diskussion och slutsatser

I det här kapitlet diskuteras och presenteras slutsatser från resultaten av enkätundersökningar och intervjuer. Utifrån slutsatserna lämnas också två rekommendationer.

4.1 Få konsumenter känner till miljöinformationen

Utifrån resultatet från enkätundersökningarna är en tydlig utmaning att konsumenterna har uppmärksammat miljöinformation i låg utsträckning och upplever att de blivit påverkade av miljöinformationen i ännu lägre uträkning. Samtidigt innebär miljöinformationen administrativa kostnader för drivmedelsleverantörerna. Utifrån drivmedelsleverantörernas svar, är de administrativa kostnaderna för miljöinformationen vid tankställen många gånger högre än de administrativa kostnaderna för miljöinformationen på webbplats. Detta är ett förväntat resultat, eftersom miljöinformationen vid tankställen årligen innebär tryck och distribution av etiketter. Utifrån resultatet finns det två möjliga vägar att gå, antingen att titta på åtgärder för att minska drivmedelsleverantörernas kostnader genom att minska kraven, eller att genomföra åtgärder för att få fler konsumenter att uppmärksamma miljöinformationen. Värt att känna till är att det finns ett krav om att tillhandahålla viss miljöinformation på webbplats gällande drivmedel i förnybartdirektivet, så den informationen måste alltid finnas. Det kravet omfattar dock inte fossila komponenter.

4.2 Huvudfokus för miljöinformation kan läggas på webbplats

Konsumenters drivmedelsval är begränsade av vilket fordon de kör och när de väl befinner sig vid pump är det svårt för konsumenter att välja mellan olika drivmedelsleverantörer. Information på webbplats skulle kunna innebära större möjligheter för jämförelse mellan drivmedelsleverantörer. Det bör därför övervägas om huvudfokus för miljöinformationen skulle kunna förläggas till webbplats och att drivmedelsleverantörer då endast behöver tillhandahålla en hänvisning till webbplats vid pump. Sverige uppnår därmed EU:s krav i förnybartdirektivet artikel 30:3, om att miljöinformation om drivmedel ska tillhandahållas på webbplats. Drivmedelsleverantörer som önskar skulle kunna ha ytterligare information vid pumpen. Nackdelen med fokus på webbplatsinformation är att färre konsumenter då troligtvis kommer att ta del av informationen, eftersom det krävs ett ytterligare steg för konsumenterna att nå informationen. Utifrån resultaten i enkäten så var det färre konsumenter som tagit del av miljöinformation på webbplats jämfört med miljöinformation vid pump. Insatser kan då behövas för att öka spridningen av miljöinformation på webbplats. Ifall miljöinformationen förflyttas till att primärt tillhandahållas på webbplats, minskar även drivmedelsleverantörernas kostnader för miljöinformationen. Drivkraft Sverige lyfte att de gärna ser en sådan förändring, medan Energigas Sverige och Gröna Mobilister ville ha kvar miljöinformationskravet vid pump som i dag. Ett annat alternativ skulle kunna vara enklare information vid pump som inte behöver uppdateras årligen, där olika drivmedelstyper rankas efter generell klimatprestanda.

4.3 Miljöinformation vid pump skulle kunna förtydligas

I konsumentenkäten framkom att närmare hälften av de som svarat inte tyckte att miljöinformationen var lätt att förstå. Ska miljöinformationen finnas kvar vid pump, skulle miljöinformationen kunna förtydligas och förbättras, så att det blir lättare för konsumenter att uppfatta och ta till sig miljöinformationen. Det skulle exempelvis kunna handla om att göra förenklingar och minska mängden information, så att den information som finns kvar blir tydligare. Nackdelen är dock att detaljer går förlorade om informationsmängden minskar. Det finns idag också en utmaning med att tankstationer kan ha väldigt olika placering av miljöinformationen vid pump. Detta kan dock vara svårt att komma till rätta med genom lagstiftning, eftersom det finns mycket annan information som också måste finnas nära pump, såsom säkerhetsinformation.

4.4 Redovisad miljöinformation är inaktuell

Utifrån utformningen av miljöinformationen så kan den miljöinformation som redovisas för konsument vara inaktuell. Det är något som lyftes både i intervjuerna med bransch- och intresseorganisationerna, såväl som i intervjuerna med drivmedelsleverantörerna. Miljöinformationen uppdateras först cirka 10 månader efter det år för vilken miljöinformationen gäller. Om förändringarna från år till år inte är så stora gällande drivmedlens klimatprestanda, så behöver inte heller diskrepansen bli så stor. Däremot om större förändringar genomförs så blir skillnaden större. Exempelvis kommer sänkningen av reduktionsplikten som trädde i kraft 1 januari 2024, med säkerhet inte synas på miljöinformationen förrän 1 oktober 2025. Fram till dess kommer låginblandad bensin och diesel visa ett bättre miljövärde än de i realiteten har. Miljöinformationen bygger dock på de uppgifter som rapporteras in till och verifieras av Energimyndigheten. Om miljöinformationen ska omfatta mer aktuella siffror, så kommer de inte vara verifierade på förhand och tillsynen kommer också försvåras. Branschorganisationerna har föreslagit att en prognos utifrån reduktionsplikten skulle kunna presenteras parallellt med nuvarande information för att erbjuda mer aktuella siffror. Detta skulle kunna vara en möjlighet, det finns dock inget som hindrar att drivmedelsleverantörer presenterar sådan information parallellt med den lagstadgade informationen på sina webbplatser.

4.5 Konsumenter har begränsad möjlighet till påverkan genom val av drivmedel

En tanke med miljöinformationen var att konsumenter med hjälp av sin konsumentmakt skulle kunna bidra till minskade utsläpp genom val av drivmedel. I propositionen lyftes att konsumenter redan är låsta vid ett visst drivmedel men det uppmärksammades att det kan finnas skillnader mellan olika drivmedelsleverantörers bensin, diesel och så vidare²⁰. Såsom lyfts i kontrollstationen för reduktionsplikten 2022²¹, har reduktionsplikten i praktiken blivit både en nedre gräns och en övre gräns för hur mycket biodrivmedel som blandas in i bensin och diesel totalt sett varje år. Inblandningen kan dock skilja sig åt mellan olika drivmedelsleverantörer om de väljer att använda överlåtelse och förvärv av utsläppsreduktion. En överlåtelse eller ett förvärv innebär ingen förändring i inblandning totalt sett för hela systemet.

²⁰ Proposition 2017/18:229, s.13.

²¹ Energimyndigheten, *Kontrollstation för reduktionsplikten – delrapport 1 av 2, 2022b*, s.35.

En skillnad i miljöinformationen mellan olika bensin- och dieselprodukter handlar därför med största sannolikhet om en omfördelning av statistik mellan produkter (även mellan olika drivmedelsleverantörers produkter). Det fanns också drivmedelsleverantörer i undersökningen som lyfte att det finns en alltför stor frihet för allokeringen av miljövärde till produkter. Genom omfördelning mellan produkter så kan produkter se bättre ut än vad de är i verkligheten. En konsument som köper låginblandad bensin eller diesel med ett bättre miljövärde, kommer då inte att bidra till minskade utsläpp, eftersom valet inte påverkar leverantörernas totala inblandning av biodrivmedel. Konsumenten skulle behöva välja ett drivmedel som ligger utanför reduktionsplikten för att göra skillnad, såsom exempelvis etanol eller HVO. Därtill bör tilläggas att om konsumenten själv aktivt ska välja ett drivmedel som inte omfattas av reduktionsplikten, behöver konsumenten också kunskap om systemet. Möjligheten att använda drivmedel såsom etanol eller HVO, i stället för bensin eller diesel är också beroende av vilken bil konsumenten äger.

4.6 Val av bil kan ha en större påverkan än val av drivmedel

Utifrån att drivmedelsval är beroende av vilken bil en konsument äger, kan val av bil ha en större påverkan än val av drivmedel. Påverkan vid val av bil var också något som propositionen såg som en möjlig effekt av miljöinformationen. Såsom nämnts tidigare har Energimyndigheten fått ett regeringsuppdrag att ta fram en ny märkning av lätta fordon som ska göra det enklare för nybilsköpare att göra ett hållbart val. Om den informationen kommer på plats, så kan det vara lämpligt att fundera på hur miljöinformation om drivmedel och miljöinformation vid bilinköp ska samverka. Flera av drivmedelsleverantörerna tog upp att de tror att miljöinformation har en större påverkan vid bilinköp än vid tankställe. För val av bil är det troligt att information vid bilinköp har en större påverkan än information vid tankställe, eftersom det är just då som konsumenten är i färd att välja bil.

4.7 Rekommendationer

Det här är en första uppföljning av effekterna av miljöinformationen. Ingen djupare analys av styrmedlets kostnadseffektivitet har genomförts. Energimyndigheten har dock formulerat två rekommendationer utifrån det som har framkommit i uppföljningen:

- Huvudfokus för miljöinformationen skulle kunna läggas på webbplats och att det vid pump finns någon form av hänvisning till webbinformationen. Det är svårt för konsumenter att välja mellan olika drivmedelsleverantörer när de väl är på plats vid ett tankställe och konsumenter behöver välja drivmedel efter vilken typ av fordon de kör. Det kan vara lättare att jämföra webbinformation mellan olika drivmedelsleverantörer än jämförelser av information mellan fysiska tankställen. Webbplatsinformation är också vad som krävs enligt EU:s förnybartdirektiv artikel 30:3. För drivmedelsleverantörerna kan de administrativa kostnaderna minskas vid webbinformation, även om påverkan av kostnaderna för tillhandahållandet av miljöinformation på drivmedelspriser troligtvis är försumbart. För de aktörer som vill marknadsföra sitt miljövärde finns inget som hindrar att de tillhandahåller ytterligare information vid tankställe.
- Om miljöinformationen ska vara kvar vid pump så bör den förenklas och förtydligas för att konsumenter lättare ska kunna ta till sig informationen. Exempelvis genom att lyfta fram den absolut viktigaste informationen och ta bort den information som kan vara mindre viktig för konsumenterna. Vi har i den här uppföljningen inte tagit fram något förenklingsförslag, utan utformningen behöver i så fall undersökas vidare och även testas på konsument.

Referenser

Energimyndigheten, Förslag till ny märkning ska underlätta nybilsköpare att göra hållbart val, 2022a, <https://www.energimyndigheten.se/nyhetsarkiv/2022/forslag-till-ny-markning-ska-underlatta-nybilskopare-att-gora-hallbart-val> (hämtad 2024-03-25)

Energimyndigheten, *Kontrollstation för reduktionsplikten – delrapport 1 av 2*, ER 2022:07, Eskilstuna: Statens energimyndighet, 2022b

Proposition 2017/18:229, *Miljöinformation om drivmedel*, https://www.riksdagen.se/sv/dokument-och-lagar/dokument/proposition/miljoinformation-om-drivmedel_H503229/

Regleringsbrev för budgetår 2021 avseende Statens energimyndighet, <https://www.esv.se/statsliggaren/regleringsbrev/Index?rbId=21184>

Jönsson, E. *Miljö- och klimatopinion i Sverige 2020*, SOM-rapport nr 2021:34, Göteborg: SOM-institutet, 2021, <https://www.gu.se/sites/default/files/2021-05/34.%20Milj%C3%B6-%20och%20klimatopinion%20i%20Sverige%202020.pdf>

Statistiska centralbyrån, Befolkning 16–95+ år efter utbildningsnivå och år. *Statistikdatabasen*. https://www.statistikdatabasen.scb.se/pxweb/sv/ssd/START__UF__UF0506__UF0506B/UtbBefRegionR/table/tableViewLayout1/ (hämtad 2024-03-14)

Statistiska centralbyrån, Folkmängden efter region, civilstånd, ålder och kön, År 1968–2023. *Statistikdatabasen*. https://www.statistikdatabasen.scb.se/pxweb/sv/ssd/START__BE__BE0101__BE0101A/BefolkningNy/ (hämtad 2024-03-14)

Trafikanalys, Antal körkort efter körkortsklass, kön och ålder på körkortsinnehavaren. År 2010–2023, *Fordon på väg*, 2024, https://www.trafa.se/vagtrafik/forDon/?cw=1&q=t10012|ar:2023|antalkorkort|korkort|kon|alder~standardtable&_t_dtq=true (hämtad 2024-03-28)

Bilaga 1 Enkätfrågor konsumenter

Undersökning från Energimyndigheten som handlar om hur konsumenterna uppfattar miljöinformation på tankställen

På alla tankställen ska det finnas en miljöinformation på varje pump. Miljöinformationen ska också finnas på alla drivmedelsleverantörers webbplats. I den här undersökningen frågar vi efter om du känner till den och om du har sett den.

Frågor i stort är:

- Om du känner till/har uppmärksammat miljöinformationen?
- Om du bedömer att du kan ta till dig miljöinformationen?
- Om miljöinformationen påverkat ditt beslut vid val av drivmedel?
- Om miljöinformationen påverkat långsiktiga beslut, det vill säga köp av fordon?
- Om du känner till att det ska finnas miljöinformation om drivmedel vid varje pump och på varje drivmedelsleverantörs webbplats?

Ett stort tack på förhand! Ditt svar är mycket värdefullt för oss!

Screeningfråga:

Har du tankat en bil någon gång under det senaste halvåret?

Ja fortsätter in i enkäten.

1. Uppskatta hur ofta du har tankat en bil under det senaste halvåret?

- a. 1 gång
- b. 2–6 gånger
- c. 7 gånger eller fler

2. Vilken är din högsta avslutade utbildning?

- a. Grundskola
- b. Gymnasieexamen eller motsvarande
- c. Yrkesutbildning eller motsvarande (ej högskola/universitet)
- d. Examen från högskola/universitet

3. Hur stort är ditt intresse för miljöfrågor?

Litet miljöintresse = 1 till Stort miljöintresse = 4

Leverantörer av drivmedel ska från och med 1 oktober 2021 informera om drivmedlets klimatpåverkan och ursprung. I dessa föreskrifter finns bestämmelser om innehåll och utformning av den miljöinformation som ska lämnas till konsumenter

4. Har du sett miljöinformationen på någon drivmedelsleverantörs webbplats?

- a. Ja
- b. Nej
- c. Vet ej

Miljöinformation drivmedel som i dag finns på tankställena vid pumpen:

Miljöinformation 20XX

Produktnamn
Drivmedelstyp

LOGOTYP

För mer information om produkten,
råvarorna och deras ursprungsland:
www.bolagetswebb.se/xxx

Klimatpåverkan



HögLåg

Produkten orsakar i genomsnitt ett utsläpp
av xx g CO₂ekv/MJ (LCA)

Råvaror

Förnybar
energi
XX %



Namn på råvara XX %
Namn på råvara XX %
Namn på råvara XX %
Namn på råvara XX %

Fossil
energi
XX %



Namn på råvara XX %
Namn på råvara XX %

Information för produkten baseras på
rapportering till Energimyndigheten
för år: 20XX
www.energimyndigheten.se/miljoinfo

<https://www.energimyndigheten.se/fornybart/hallbarhetskriterier/miljoinformation-om-drivmedel/beskrivning-av-markningen/>

5. Har du sett miljöinformationen ovan när du varit och tankat innan du såg den nu i enkäten?

- a. Ja
- b. Nej
- c. Vet ej

6. Finns det något du tycker kan förbättras i hur miljöinformationen är utformad rent grafiskt?

- a. Ja. Vad skulle kunna bli bättre? _____
- b. Nej

Kommentera gärna övrigt kring miljöinformationen: _____

7. Hur lätt tycker du att miljöinformationen är att förstå och ta till sig i fråga om information/kommunikation?

Inte alls lätt att ta till sig = 1 till Mycket lätt att ta till sig = 6

8. Har miljöinformationen påverkat ditt val av drivmedel till bilen?

Visas inte för de som inte har sett miljöinformationen på webbplats och tankställe.

a. Ja

b. Nej *Hoppar till fråga 10*

c. Vet ej *Hoppar till fråga 10*

9. Hur mycket har miljöinformationen påverkat ditt val av drivmedel till bilen?

Det kan både handla om att du väljer ett annat drivmedel vid en och samma tankstation som att du börjar välja en annan tankstation. Om du inte sett miljöinformationen förut så uppskatta hur du skulle agerat om du sett den.

Visas inte för de som inte har sett miljöinformationen på webbplats och tankställe.

Inte alls påverkat val av drivmedel = 1 till Har påverkat val av drivmedel = 6

10. I vilken utsträckning bedömer du att miljöinformationen skulle påverka ditt val av bil vid ditt nästa bilinköp?

I ingen utsträckning = 1 till I stor utsträckning = 6

11. Kommentera gärna övrigt kring miljöinformationen, vad det gäller visualisering, information, nytta och hur den eventuellt skulle kunna se ut i framtiden.

Tack för din värdefulla medverkan!

Bilaga 2 Enkätfrågor drivmedelsleverantörer

Välkommen till den här enkäten som ska undersöka drivmedelsleverantörers uppfattning om miljöinformationen samt vilka administrativa kostnader som är förknippade med miljöinformation och ifall man upplevt att konsumenterna påverkats av miljöinformationen.

1. För vilket företag svarar du för i den här enkäten?

2. Hur stor försäljningsvolym hade ni av flytande drivmedel på säljställen som omfattas av kravet på miljöinformation under 2022?

_____ m³

3. Hur stor försäljningsvolym hade ni av gasformiga drivmedel på säljställen som omfattas av kravet på miljöinformation under 2022?

_____ Nm³

4. Hur stor försäljningsvolym hade ni av el på säljställen som omfattas av kravet på miljöinformation under 2022?

_____ kWh

5. Importerar ni drivmedel själva?

- a. Ja
- b. Nej

6. Säljer ni drivmedel till konsumenter?

- a. Ja
- b. Nej

7. Hur stora administrativa kostnader uppskattar du att ni har för miljöinformation om drivmedel på er webbplats? Ange beloppet i hela kronor

_____ SEK/år

8. Varför har ni inga administrativa kostnader kopplat till miljöinformation om drivmedel på er webbplats? Visas om beloppet är 0 SEK/år på fråga 7

9. Hur stora administrativa kostnader uppskattar du att ni har för miljöinformation som ni har vid eller tillhandahåller till tankstationer? Ange beloppet i hela kronor

_____ SEK/år

10. Varför har ni inga administrativa kostnader kopplat till miljöinformation som ni har vid eller tillhandahåller till tankstationer? Visas om beloppet är 0 SEK/år på fråga 9

11. Vilka aktiviteter räknar ni in i det administrativa arbetet kopplat till miljöinformationen om drivmedel? Kommentera gärna vad aktiviteterna innefattar.

- 12. Hur mycket merarbete bedömer du det är att ta fram uppgifterna som krävs för miljöinformationen utöver de uppgifter som ni tar fram för rapporteringen enligt drivmedelslagen och lagen om hållbarhetskriterier?**

Inget merarbete = 1 till Mycket stort merarbete = 6

- 13. Hur tydligt är det *vilken* miljöinformation ni ska tillhandahålla?**

Inte alls tydligt = 1 till Mycket tydligt = 6

- 14. Vad anser du är otydligt i miljöinformation ni ska tillhandahålla? Visas för de som svarat 1–3 på fråga 13**

- 15. Hur tydligt är det *hur* miljöinformationen ska tillhandahållas?**

Inte alls tydligt = 1 till Mycket tydligt = 6

- 16. Vad anser du är otydligt i *hur* miljöinformationen ska tillhandahållas?**

Visas för de som svarat 1–3 på fråga 15

- 17. I vilken utsträckning uppfattar ni att miljöinformationen har påverkat konsumenterna (de som tankar) på något sätt? Exempelvis om ni har fått frågor från konsumenter om miljöinformationen eller om konsumenter verkar ha gjort andra inköpsval av drivmedel utifrån den.**

I ingen utsträckning = 1 till I stor utsträckning = 6

- 18. På vilket sätt och hur uppfattar ni att miljöinformationen har påverkat konsumenterna? Visas för de som svarat 4–6 på fråga 17**

- 19. Energimyndigheten vill genom Sweco gärna genomföra några intervjuer för att få en fördjupad bild av hur drivmedelsleverantörer upplever miljöinformationen och även få en framtidsspaning från denna grupp.**

Genom att lämna din e-postadress samt telefonnummer nedan samtycker du till att vi eventuellt kontaktar dig för en intervju. Din e-postadress kommer inte att användas för att spåra eller bearbeta svar.

- a. E-postadress:
- b. Telefonnummer:

- 20. Vi vill gärna veta om du har några andra synpunkter som du skulle vilja framföra kopplat till miljöinformationen. Kommentera gärna detta nedan:**

Tack för er värdefulla medverkan!

Hållbar energi för alla

Energimyndighetens uppdrag är att förena ekologisk hållbarhet, konkurrenskraft och försörjningstrygghet i energisystem, som är hållbara och kostnadseffektiva med en låg påverkan på hälsa, miljö och klimat.

Vi bidrar med fakta, kunskap och analyser om tillförsel och användning av energi i samhället, och arbetar för en trygg energiförsörjning.

Forskning om framtidens energisystem och teknik får stöd av oss. Vi stöttar också affärsutveckling som gör det möjligt att kommersialisera innovationer och ny teknik, och ser till att goda lösningar kan exporteras.

Vi ansvarar för Sveriges officiella statistik på energiområdet, och hanterar stödsystem så som elcertifikatsystemet och handeln med utsläppsrätter. Dessutom deltar vi i internationella klimatsamarbeten, och förmedlar fakta om effektivare energianvändning till hushåll, företag och myndigheter.

Energimyndigheten är också beredskapsmyndighet och sektorsansvarig myndighet inom energiområdet.



Energimyndigheten, Box 310, 631 04 Eskilstuna

Telefon 016-544 20 00

E-post registrator@energimyndigheten.se

energimyndigheten.se