

Market strategy for South Sweden

Del. 2.7.2



This publication is a result of
the project Madagascar, EIE/07/180/S12.466795
supported by



Deliverable nr	D2.7.2
Dissemination level	Public
Partner name	SEA and ESS
Work Package	WP 2: Building of knowledge
Country	Sweden
Region	South of Sweden
Are there existing filling stations and natural gas and biogas driven cars already in the region?	Yes

Disclaimer:

The sole responsibility for the content of this publication lies with the authors. It does not necessarily reflect the opinion of the European Communities. The European Commission is not responsible for any use that maybe made of the information contained therein.

Summary

The market for producing and using methane gas (natural gas or bio methane) for vehicles have been growing steady in the region since the first NGV:s were introduced in 1995. But the NGV:s are still only representing a very small part of the total number of vehicles on the roads today. The same pattern can off course be seen for the sold volumes of CNG (both bio methane and natural gas) compared to the sold volumes of petrol and diesel.

Although the NGV:s have been running on our roads for almost one and a half decade there is a very limited knowledge about them among ordinary citizen and also among decision makers. This fact has to be changed to be able to reach a fast growth for the gas vehicle market, including the supply chain for methane fuels. During the MADEGASCAR project different target groups will be addressed with information and activities to gain the growth of the CNG and NGV markets.

Vehicle Expansion

There are mainly two target groups to affect when it comes to the vehicle market, the resellers and the costumers. Because of the car resellers central role when it comes to the final decisions in a car deal, we will first direct our attention to this target group. After, or parallel with the activities arranged for the car resellers, we will direct information etc. towards the possible costumers of NGV:s. This campaign will be done together with the energy companies which have interest in selling CNG in the region.

Biogas Supply

The interest for biogas production is rising in the region, maybe partly because of the rising energy prices. The interest to upgrade the produced gas and sell it as a vehicle fuel is also rising among the existing, and new producers. The strategy to raise this interest is divided into two different categories. There are different long term and short term strategies within this field of operation.

The potential for biogas production in a short perspective is mainly situated within the waste water treatment plants with existing biogas production. Also production of biogas from organic wastes has a high potential within a relatively short time frame. In the longer perspective we will promote biogas production from the agricultural sector where manure and crop residues stands for a great biogas potential.

Gas grid expansion

Within this project we do not have much influence in the area of gas grid expansion. Local grids are owned by the energy companies/gas suppliers, and they are then the target group when promoting an expansion of the local gas grid. When it comes to the regional and national infrastructure, politicians and decision makers are the main target group. Our goal in this question is to enlighten the fact that there is a need of a grid to expand the production and use of bio methane.

Filling station expansion

This work will not be concentrated to any specific part of the region. The target group is those companies that already are running filling stations and therefore are likely to expand their business within the field.

Innehåll

Inledning.....	3
Analys av marknaden för fordonsgas.....	4
Omvärldsanalys	4
Marknadsundersökning.....	4
Analys av fordonsgaskonceptet.....	4
Analys av konkurrerande bränslen	6
Analys av kunderna/kundernas beteende.....	6
Möjligheter och hinder på kort och lång sikt	7
Flaskhalsar på gasmarknaden	7
Marknadsstrategi.....	8
Budskap.....	8
Målgrupper och marknadsföringsstrategi.....	9

Inledning

Att ha förståelse hur en marknad fungerar är avgörande för att kunna utforma en framgångsrik marknadsstrategi. Första delen av detta strategidokument är därför utformad som en analys av marknaden. Under analysens gång kommer det att framgå vilka möjligheter och hinder som existerar på marknaden. I den efterföljande strategin ska det fastställas inom vilka områden som utförda insatser kommer att ge bäst genomslagskraft för den aktuella marknaden.

Marknaden för produktion och användning av fordonsgas, metangas i form av naturgas eller biogas, har stadigt vuxit i regionen alltsedan de första gasbilarna introducerades under 90-talet. Trots denna tillväxt utgör gasbilar en nästan försvinnande liten andel av den totala vagnparken i regionen. Samma förutsättningar gäller även för de sålda volymerna av fordonsgas i relation till bensin och diesel.

Trots att gasfordonen har funnits på våra vägar i nästan 15 år är kunskapen om fordonen och bränslet fortfarande låg bland allmänhet och beslutsfattare. Detta faktum måste ändras för att få en snabbt växande marknad för gasbilar.

Det är en rad faktorer som påverkar den regionala marknadsutvecklingen, vilka vi kort kommer belysa i denna strategi. Några av dessa faktorer kan man nämna utan att genomföra någon grundlig analys;

- Infrastruktur, dvs. antalet ställen där man kan tanka bränslet
- Bränslepriset; dvs. hur mycket man får betala i jämförelse mot de andra bränslena
- Säkerhetsaspekterna, är gasbilar lika säkra som "vanliga" bilar?
- Körbarhet, uppfyller gasbilar samma funktion som "vanliga" bilar?
- Hur kommer andrahandsvärdet för bilarna att se ut?
- Finns det kunder som kommer köpa min producerade gas?
- etc.

För att öka förutsättningarna för en stark utveckling av gasmarknaden i regionen bör ovanstående frågor och många därtill besvaras. Detta strategidokument är ett första steg i jakten på svaren.

Analys av marknaden för fordonsgas

Omvärldsanalys

Trots att biogas, använt som bränsle i fordon, har påvisat mycket låg miljöpåverkan (såväl lokal miljö och hälsa genom låga utsläpp av NO_x, CO och partiklar som global miljö genom låga utsläpp av koldioxid) ges i nuläget inga faktiska stöd till produktion av bränslet.

Ifall biogas producerad av gödsel ersätter bensin eller diesel i ett fordon, minskar utsläppen av växthusgaser med otroliga 180 %. På grund av detta faktum håller ett stöd på att utformas, ett stöd som ska ges till anläggningar som rötar minst 50 % gödsel.

Tillgången på substrat för biogasproduktion i regionen anses vara god, än finns det mycket outnyttjade resurser t.ex. i form av organiskt hushållsavfall, organiskt industriavfall, gödsel och restprodukter från jordbruket, m.m.

Marknadsundersökning

Antalet gasbilar i regionen var vid 2007 års slut 1725 st, dvs. 0,17 % av den totala vagnparken som uppgick till en knapp miljon fordon. Med en väl utbyggd infrastruktur skulle gasbilar i teorin kunna ersätta alla befintliga personbilar i regionen, då det befintliga utbudet av gasbilar i de allra flesta fall kan ersätta de befintliga fordonen.

I regionen genomfördes totalt ca 79 000 nybilsregistreringar förra året (2007), varav 0,37 % (291) var gasbilar. Detta var en minskning sedan året innan, en minskning som troligen är en effekt av att Volvo V70 Bi-fuel slutat tillverkas.

Biogasproduktionen i regionen ökar, främst produktion där råvaran är ett avfall har ökat under de senaste åren. En större del av biogasen uppgraderas också och görs därigenom tillgänglig att använda som bränsle till fordon. När det gäller utbudet av tankställen ses en liknande tillväxt.

Trender fordon

Försäljningen av miljöbilar har de senaste åren ökat kraftigt och utgjorde vid månadsammansättningen för maj 31,9 % av de sålda bilarna. Under årets första fem månader var andelen miljöbilar 30 %. Motsvarande siffror för 2007 var 19,3 % och 14,4 %, en acceleration i försäljningen av miljöbilar är alltså tydlig. När det gäller gasbilar har inte utvecklingen varit lika stark som för miljöbilar totalt sett.

Analys av fordonsgaskonceptet

Då fordonsgas använts under en längre tid i delar av regionen finns det en rad erfarenheter, såväl goda som mindre bra, genom hela kedjan från produktion till slutanvändaren.

Systemet med fordonsgas har i regionen såväl fördelar som nackdelar (dock mest fördelar) då det jämförs med de andra idag befintliga alternativen. Först bör nämnas att en övergång från bensin eller diesel till fordonsgas är positivt ur miljösynpunkt, både lokalt och globalt. Vid förbränning av fordonsgas bildas mycket lägre halter av de reglerade utsläppen (NO_x, CO,

partiklar) vilket innebär en lägre lokal miljöpåverkan. Effekten av detta har kunnat ses bland annat vid mätningar av luftkvaliteten på Bankgatan i Lund. Tre busslinjer (regionbussar) mellan Lund och Malmö trafikerades tidigare med dieselbussar. Sedan bytet till gasdrivna bussar har tydliga minskningar av luftföroreningarna kunnat uppmätas.

Övergången till fordonsgas har i sydöstra Sverige (östra delen av regionen) varit begränsad till Kalmar, detta har medfört att övergången i denna del av regionen gått betydligt långsammare än för Skåne.

Användandet av fordonsgas medför också en kraftig minskning i utsläpp av växthusgaser. Hur stor minskningen blir beror på sammansättningen av den använda gasen, samt hur biogasen är producerad. Ren naturgas medför en CO₂-reduktion på ca 20-25 %, medan biogas som framställts genom rötning av stallgödsel medför en reduktion med ända upp till 180 %.

I Kalmar har produktionen varit inriktad rötning av gödsel och slakteriavfall. Här har ännu ingen rötning skett av det organiska hushållsavfallet. Rötning av grödor har inte heller provats. Biogas produceras genom rötning av avloppsslam på flera orter framförallt i Kalmar län men merparten av den framställda biogasen används för uppvärmning. För en ökad tillgång på fordonsgas vore det önskvärt med ett nät där produktionsanläggningarna kunde injektera biogas.

Kostnaderna för att sätta upp en pump för gas är ca 10 gånger större än för diesel vilket gör att producenter med möjlighet att producera små volymer fordonsgas inte har den ekonomiska möjligheten att sätta upp ett gastankställe.

Infrastruktur för gas (gasnät) finns för närvarande endast i västra sidan av regionen, en utbyggnad av nätet skulle göra att flera produktionsanläggningar kunde gå för full produktion. Blir det produktionsproblem i en anläggning så kan någon annan stötta. Möjligheten att få biogastank i varje tätort ökar, vilket självklart gynnar förbrukningen av biogas.

Det är inte ovanligt att tankställen för gas har getts en mindre attraktiv placering, eventuellt mer eller mindre helt ensam på en "öde industritomt". Denna typ av placering tilltalar inte kunderna, speciellt inte privatkunder som då måste köra genom eller ut ur staden för att tanka sin bil. För att ge kunderna samma upplevelse av fordonsgas som de andra bränslena bör pumparna placeras på en mack med de "vanliga" förnödenheterna.

Trots att det kommer nya bilmodeller i gasutförande så är det fallet fortfarande så att utbudet av fordon saknar bredd. Utbudet av gasbilar har hittills varit inriktade mot kunder som är intresserade av "miljövänliga" bilar, dvs. bilar med lägre motoreffekt. Det saknas också valmöjligheter inom storleksklasserna. Då man kollar på små och mellanstora bilar är utbudet idag relativt tunt.

Prisbilden för att köra gasbil istället för bensen- eller dieselbil beror liksom alltid på inköpspriset och de rörliga kostnaderna. Gasbilar har ett högre inköpspris, men driftkostnaderna är lägre på grund av det billigare bränslet. Förare som kör mycket kommer snart att tjäna in merkostnaden vid inköpstillfället.

Analys av konkurrerande bränslen

Fordonsgasens huvudsakliga konkurrenter är bensin, diesel och Etanol/E85. Även RME används, men då som alternativ till diesel genom låginblandning.

Den huvudsakliga nackdelen med bensin och diesel är det faktum att de båda är fossila bränslen och den globala miljöpåverkan som de därför har. De har också båda betydligt större utsläpp av föroreningar som ger en lokal miljöpåverkan. Som exempel ger förbränning av diesel upphov till relativt höga utsläpp av partiklar, vilka medför oönskade hälsoeffekter. Bensin och diesel har också gemensamt att det inte finns några fyndigheter i Sverige. Det innebär därför att de båda måste importeras (i form av råolja eller raffinerad produkt), vilket medför en osäkerhet gällande tillgången på energin. Störningar i leveranserna av produkter som är avgörande för många funktioner i det moderna samhället kan få mycket stora konsekvenser.

Dessa båda bränslen har dock gemensamt fördelarna att de är för kunderna mycket välkända produkter, vilka man har använt sig av under väldigt lång tid. Det finns en väl utvecklad organisation för produktion, distribution och försäljning av bränslena och de är båda flytande vilket innebär att man kan frakta en stor mängd energi med sig i en relativt liten tank.

E85 är det konkurrerande bränsle som utöver bensin och diesel säljs i störst kvantiteter i Sverige. Etanolen är likt biogas ett förnybart bränsle och delar därmed den goda egenskapen att utsläppen av växthusgaser reduceras då det ersätter bensin och diesel. Etanolen framställs i dagsläget från olika energigrödor (vete - Sverige, majs - USA och sockerrör - Brasilien, är de vanligaste råvarorna) vilket har väckt debatten kring huruvida vi ska odla våra jordar för att producera mat eller energi. Arbetsförhållandena på de Brasilianska sockerrörplantagerna har också kritiserats. Etanolen är liksom bensin och diesel ett flytande bränsle, det medför att distributionssystemet med tankbilar och pumpar kan användas även för etanol. Vad man också lyckats med i marknadsföringen av etanolbilar är det faktum att man nyttjat kundernas höga värdering av motorstyrka. I många fall har försäljningsargumentet att effekten ökar vid drift på etanol använts med stor framgång.

Analys av kunderna/kundernas beteende

Kunskapen om fordonsgas och gasbilar kan generellt sägas vara låg i kundgruppen "bilanvändare". Detta gäller såväl för privatbils kunder som för företagskunder samt bland politiska beslutsfattare. Vid kontakt med de tilltänkta kundgrupperna finns ett antal återkommande frågeställningar, felaktiga uppfattningar eller rentav farhågor om fordonsgasen och gasbilarna. Nedan följer tre av de vanligaste frågeställningarna;

- *"Fordonsgas och tekniken i gasfordon är något nytt och obeprövat"*
Denna uppfattning tycks de allra flesta dela, trots att det är ett bränsle/en teknik som använts i daglig drift här i Sverige sedan drygt tio år tillbaka och används i drygt 7 miljoner fordon världen över.
- *"Fordonsgas och tekniken i gasfordon är en säkerhetsrisk"*
Man hyser mycket stor respekt, eller rentav rädsla för den säkerhetsrisk som man uppfattar att gasen och gasinstallationen utgör. Gas förknippas med explosioner och de höga trycken i gasbilarnas tankar ses ofta som en fara i sig. Detta trots att gasfordon

uppfyller precis samma säkerhetskrav som ”vanliga” bilar

- *”Det finns inga tankställen för gas”*
Detta påstående är i stora delar av regionen direkt felaktigt. På vissa håll är det dock tyvärr så att det stämmer, men utbyggnaden av tankställen fortsätter och snart ska det gå att tanka fordonsgas runtom i hela regionen.

En vanligt förekommande reaktion från någon som kört en gasbil för första gången är att det ”kändes precis som att köra min vanliga bil”. Just denna reaktion är önskvärd att sprida, att köra en gasbil skiljer sig inte från en bensinbil. Ottomotorn bibehåller sin karaktär och beter sig precis som då den drivs med bensin.

En annan uppfattning som man ofta stöter på är att man tror att det ska vara svårt att tanka. Detta förefaller ganska naturligt då man alltid tankat ett flytande bränsle och nu ska övergå till något helt annat. Det stämmer att en gastankning inte går till på samma sätt som när man fyller på bensintanken, men det hela är såklart en fråga om en vana. Första gången tycker många att det är lite svårt att få tankmunstycket på plats, men redan efter några gånger har man fått till ”rätt teknik”.

De kunder som valt att köra på fordonsgas kan snabbt konstatera att de frågeställningar som finns kring fordonsgasen och gasbilarna saknar grund för oro. Det stämmer dock fortfarande att gasbilarna som finns tillgängliga i dagsläget har något kortare räckvidd på gas än vad motsvarande bil har med full tank av bensin eller diesel. Följden blir att man behöver planera sitt körande bättre för att kunna köra på gas så mycket som möjligt, men skulle det bli kris så finns ju alltid bensinen.

Möjligheter och hinder på kort och lång sikt

Fordonsgas är som det ligger till just nu beroende av olika former av stöd för att kunna expandera på marknaden för fordonbränslen. Det hinder som skulle kunna förutspås är därför att politiken av någon anledning skulle upphöra med stöden innan dess att teknikerna för produktion och uppgradering av biogas till fordonbränsle fått utvecklas ytterligare.

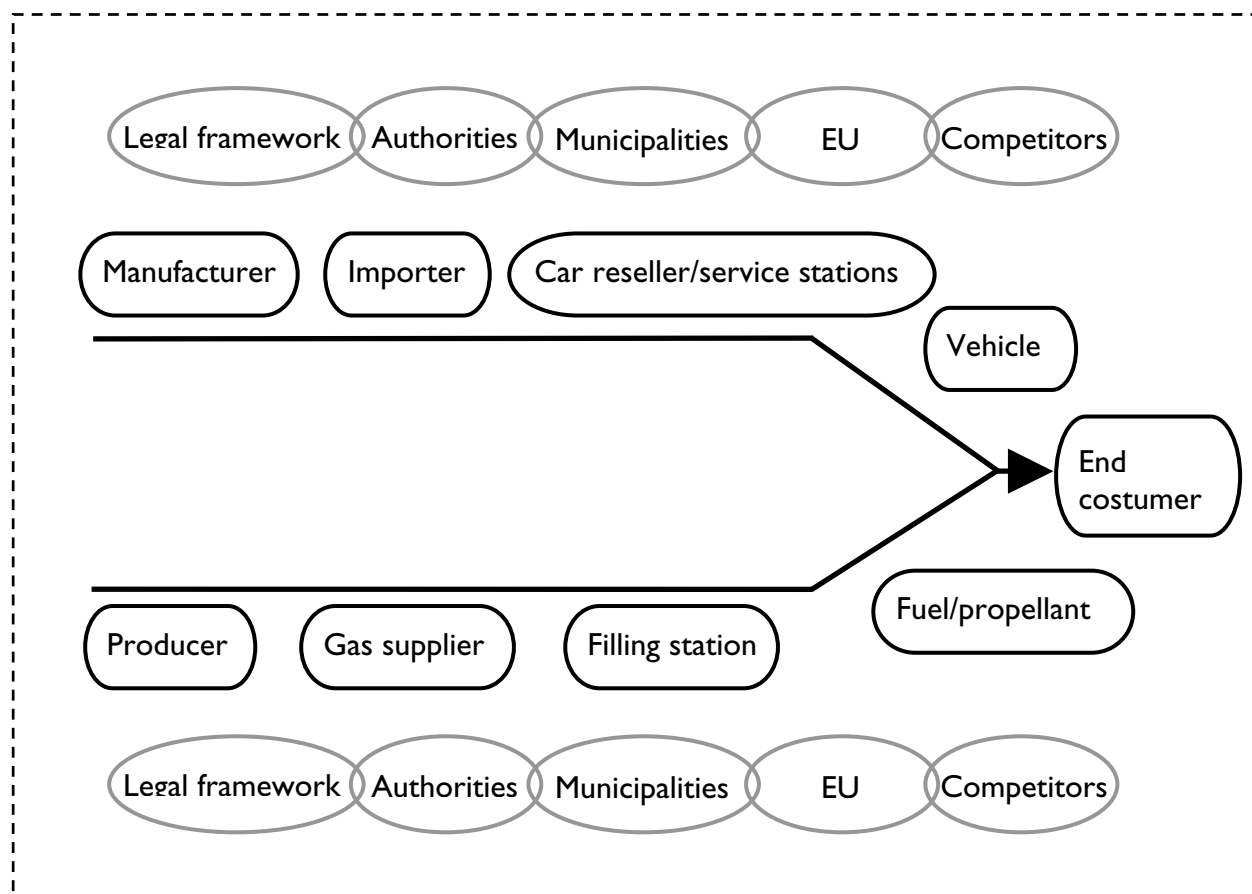
Flaskhalsar på gasmarknaden

Den rådande situationen är sådan att alla delar av gasmarknaden, allt från råvara till efterfrågan av gasfordon, till viss mån bromsar utvecklingen av marknaden. Man skulle kunna påstå att en moment 22-situation råder;

- På tillförselsidan ser man risker i att satsa på utökad produktion eftersom man inte säkert kan veta att man kommer få avsättning för den producerade biogasen
- detsamma gäller för gasdistributörerna/leverantörerna som inte fullt ut vågar satsa på att bygga ut infrastrukturen i form av gasnät och nya tankställen då de inte säkert vet att det finns ett tillräckligt stort intresse, såväl från leverantörerna/producenterna av gasen som i ökad efterfrågan från slutkunderna.
- Sist i ledet har vi slutkunden som inte i tillräckligt stor utsträckning efterfrågar gasbilar och fordonsgas som bränsle. Här finns ett antal skäl till varför kunden inte efterfrågar gasbilar och fordonsgas; för få tillgängliga bilmodeller; för få tankställen;

ovetskap om att fordonsgas och gasbilar över huvud taget finns osv. Här ges kopplingar både till tillgången på gasfordon och till tillförseln av fordonsgas enligt figuren nedan.

- Bilhandeln satsar inte heller på gasbilar i tillräckligt stor utsträckning eftersom de inte ser efterfrågan från kunderna på den svenska marknaden. I många fall är det så att det finns modeller i gasutförande, men som inte säljs på den svenska marknaden. Bilförsäljarna saknar incitament för att sälja gasbilar framför bensen eller dieslbilar.



Figur 1. En schematisk bild över gasmarknaden i Sverige. Kunden förses med två produkter, fordonet och bränslet, som båda har varsin tillförselkedja med en rad inblandade aktörer.

Marknadsstrategi

Budskap

Det finns vissa klara punkter som ska användas vid marknadsföringen av fordonsgas som bränsle till fordon. Nedan listas några centrala budskap.

- Biogas är det miljöbästa bränslet som finns tillgängligt idag
- Fordonsgas är betydligt billigare än konkurrerande drivmedel, ca 30 % billigare än att köra samma sträcka med bensen

- Biogas är ett förnybart och uthålligt drivmedel
- Biogas konkurrerar inte med livsmedelsproduktion då den produceras av avfall m.m
- Biogas produceras lokalt och gynnar därför både miljön och den lokala näringen
- Biogasproduktion ger förutsättningar för miljövänligare jordbruk genom minskat behov av handelsgödsel
- Biogasproduktion minskar emissionerna av växthusgaser från avfalls- och gödselhantering
- Biogas ger högst energiutbyte jämfört med andra drivmedel vid energiproduktion från energigrödor
- Biogas och naturgas genererar mindre vid förbränning mängder av de sk. reglerade emissionerna
- Naturgas är fossilt, utsläppen av CO₂ minskar med 25 % då naturgas ersätter olja
- Lägre förmånsvärde (-40%) för gasbilar jämfört med motsvarande bensinbil
- Gasfordon har lägre fordonsskatt än motsvarande bensin- eller dieseldrivna bil.
- Miljöbilspremie till privatpersoner som köper gasbil

Målgrupper och marknadsföringsstrategi

Öka antalet gasfordon

- Geografiskt kommer marknadsföringen av gasfordon att primärt utföras i de områden i regionen där det redan idag finns tankställen och gasfordon. Denna geografiska fördelning av insatserna anses ge bäst utslag, dvs. flest nya gasbilar. Andra regioner kan komma i fråga om beslut tas att bussar eller andra fordon i kommunala verksamheter ska drivas på biogas. I de fall finns en grundförbrukning som kan bära utbyggnaden av fordonsgas.
- Målgrupper
 - Den målgrupp som ses som mest central för att öka antalet gasbilar på den regionala marknaden på kort sikt är bilförsäljarna. Ifall säljarna inte visar intresse att sälja gasfordon kommer det tyvärr inte heller att säljas några gasbilar utöver dem som köps av riktiga entusiaster som efterfrågar gasbilar redan idag. Därför kommer mycket av insatserna att riktas mot just bilförsäljarna.
 - Som nummer två vad gäller prioriteringsordningen kommer slutkunderna, dvs. de som köper gasbilar. Här handlar det om marknadsföring/information riktad mot såväl kommuner, företag som privatkunder. När det gäller företag så handlar det om bilar som används i företagets vardagliga arbete (ex. små skåpbilar m.m), samt förmånsbilar.
- Personliga möten eller information till den stora massan?
Aktiviteter som genomförs för att sprida information om gasbilar och fordonsgas kommer vara av varierande form. I vissa fall riktas informationen till ett specifikt företag i form av möte eller telefonsamtal, medan det i andra fall handlar om

utställning i stora mässor med flera tusen deltagare. Så långt det är möjligt kommer vi också att marknadsföra gasfordon vid andra typer av evenemang, där fokus ligger på något helt annat område.

- Kanaler för informationsspridning
 - Olika distributionskanaler kommer att nyttjas för att sprida information om fordonsgas och gasfordon. Det faktum att tillgång finns till ett nätverk bestående av aktörer från biogaspusslets olika delar ses som en god möjlighet att sprida informationen om gasfordon. Även kommunerna är viktiga att överväga som en kanal för spridning av information, kommunerna är både en målgrupp och en spridningskanal.

Ökad Biogasproduktion

- Geografiskt kommer insatserna att riktas mot de kommuner och företag som redan idag har eller har visat intresse för att producera biogas
- Målgrupper

På kort sikt finns den stora potentialen att hämta vid befintliga avloppsreningsverk och avfallsbaserade biogasanläggningar. På längre sikt återfinns också mycket stora potentialer i form av gödsel och skörderester m.m. inom jordbruket. I viss mån bör även möjligheterna att producera biogas från grödor odlade specifikt för ändamålet att undersökas. Målgrupperna för aktiviteterna för att öka biogasproduktionen är således;

 - Kommuner eller företag med befintlig biogasproduktion, eller uppvisat intresse för att starta upp biogasproduktion.
 - Områden där det planeras att använda gas till lokaltrafik
 - Lantbrukare
 - Politiker och andra beslutsfattare ska i större utsträckning känna till biogasen och dess goda egenskaper, deras position gör dem till en målgrupp på såväl lång som kort sikt
- Personliga möten eller information till den stora massan?

Aktiviteterna som genomförs kommer främst göras riktad till en begränsad skara människor. Antingen i form av personliga möten, eller i seminarieform
- Kanaler för informationsspridning

Återigen kommer det regionala nätverket att nyttjas för spridning av information. I vissa fall kan en specifik aktör vara såväl målgrupp som spridningskanal.

Utbyggnad av gasnätet

- Geografiskt kommer arbetet med att verka för en utbyggnad av infrastrukturen för gas att bedrivas i hela regionen, både i delarna där det redan finns befintlig infrastruktur och i de områden som saknar infrastruktur.
- Målgrupperna för aktiviteter inom detta område är de tre nätägarna, politiker och andra intressenter. De tre nätägarna och tillika energibolag är de som är mest troliga att stå för utbyggnad av infrastrukturen. Politiker kan vara budbärare då frågan om infrastruktur för gas tas upp i både lokal, regional och nationella sammanhang. Andra intressenter kan vara företag, kommuner m.fl. som i sin tur kan påverka nätägarna att förbättra infrastrukturen för gas.

- Personliga möten eller information till den stora massan?
Även i detta fall kommer informationsspridningen i första hand att utföras genom personliga möten.
- Kanaler för informationsspridning
Återigen kommer det regionala nätverket att nyttjas för spridning av information. I vissa fall kan en specifik aktör vara såväl målgrupp som spridningskanal.

Öka antalet gastankställen

- Geografiskt kommer arbetet med att verka för utbyggnaden av antalet gastankstationer att fördelas jämt över regionen. Situationen är dock sådan att vi som utomstående par inte har någon större möjlighet att påverka ifall det satsas på nya tankstationer och inte heller placeringen av de tankställen som det satsas på att uppföra.
- Målgruppen för aktiviteter inom området är aktörerna som idag äger och driver tankstationer för fordonsgas i regionen.
- Personliga möten eller information till den stora massan?
Även i detta fall kommer aktiviteterna i första hand att bestå av personliga möten.