

## **Paper Trafikdage 2008 - Fordi min hund bedre kan li' lædersæder**

**Af: Søren Jacobsen, Movia (sj@movia.dk)**

### **Indledning**

Baggrunden for dette paper er specialet Fordi min hund bedre kan li' lædersæder fra december 2007 (Jacobsen 2007 et al.). Målet med specialet har været at undersøge, hvilke prioriteringer bilkøbere foretager sig i forbindelse med bilkøb og hvilke barrierer, det giver for et øget salg af miljøbiler og arbejdet har derfor været ud fra følgende problemformulering:

*Hvordan prioriterer bilkøbere de faktorer, som har betydning for deres valg af bil, hvad er købernes kendskab og holdning til miljø, og hvilke barrierer hindrer en større udbredelse af miljøbiler?*

Specialet tager i sin besvarelse af problemformuleringen udgangspunkt i en række interview med bilkøbere, som anskues ud fra Anthony Giddens teorier om mennesket i den moderne verden, Vincent Kaufmanns motilitetsbegreb, samt Malene Freudendal-Pedersens definitioner af strukturelle fortællinger.

Undersøgelsen, som er foretaget som en del af specialeforløbet, består af 22 interview foretaget hos 4 forskellige bilforhandlere. I undersøgelsen medvirkede i alt 23 mænd og 9 kvinder. Interviewene er foretaget i umiddelbar forlængelse af købet og samtalen med bilsælgeren for at komme så tæt på de valg og prioriteringer, som har medført at bilkøberne har valgt netop deres nye bil.

### **Faktorer ved bilkøb**

De enkelte bilkøbere er i interviewet blevet bedt om at beskrive, hvad de lagde vægt på ved deres valg af bil. Dette betegnes som faktorer i specialet. Der er ligeledes blevet spurgt ind til faktorer som bilkøberne ikke selv har bragt på banen under interviewet. Bilkøberne har ofte varieret syn på og forståelse af den samme faktor, men i det følgende gennemgås hovedtrækkene i bilkøbernes faktorer.

Økonomien fremstår som en vigtig faktor blandt hovedparten af interviewpersonerne. Der er dog forskel på, hvad der forstås ved begrebet økonomi. Den måde, de fleste købere vurderer økonomien på, er ved først at opstille en økonomisk ramme for deres bil, hvad må den koste,

og derefter at lave en form for totaløkonomisk vurdering af de biler, de kigger på. Hvad der er afgørende for den økonomiske ramme, og hvad der indgår i den totaløkonomiske vurdering er individuelt, og den økonomiske ramme er ikke nødvendigvis definitiv.

Sikkerhed som en faktor er vigtig for en del af interviewpersonerne, der fravælger de biler, som ikke lever op til deres krav. Der er desuden et relativt højt kendskab til NCAPs sikkerhedstests, og det er på baggrund af stjernerne tildelt af NCAP, at interviewpersonerne for størstedelens vedkommende vurderer, hvor sikker en given bil er.

Ligeledes er der en gruppe af bilkøbere, der ikke prioriterer sikkerhed. De argumenterer blandt andet med, at sikkerhed ikke er vigtig, da de selv, og ikke familien, skal anvende bilen.

Nogle af interviewpersonerne prioriterer driftsikkerheden højt på deres nye bil. Driftsikkerheden vurderes hovedsageligt på baggrund af egne og bekendtskabskredsens erfaringer med hensyn til mærke og producentland. Det virker desuden, som om de fleste interviewpersoner har en forventning om, at den bil, de har købt, er driftsikker, uanset mærke, model eller pris.

Motorstørrelse, komfort og luksus prioriteres samlet set meget forskelligt af interviewpersonerne. Disse faktorer spiller således en helt afgørende rolle for visse bilkøbers valg af bil, mens det er mere eller mindre ligegyldigt for andre. I forhold til motorstørrelse er den generelle holdning blandt interviewpersonerne, at en større motor er bedre end en lille motor, men den må samtidig heller ikke være for uøkonomisk. Der er dog også interviewpersoner, som prioriterer en lille motor over en stor, da den er mere økonomisk i drift og billigere i indkøb. De fleste har den holdning til komfort og luksus, at de gerne vil have så meget udstyr som muligt, men det varierer en del, om de er villige til at betale for det.

For mange af interviewpersonerne har design, størrelse eller rummelighed stor betydning for deres valg, men i højere grad fravalg af alternative bilmodeller. Ingen af interviewpersonerne valgte bil udelukkende ud fra design, men det var vigtigt for mange, at de kunne lide designet. Størrelse og rummelighed er i højere grad nogle faktorer, der stilles mere eller mindre specifikke krav til på forhånd, og spiller således en væsentlig rolle for hvilket udbud af biler, bilkøberne overhovedet kigger på. Krav til både størrelse og rummelighed sættes ikke nødvendigvis efter dagligdags behov, fordi det er vigtigt for mange af interviewpersonerne at

have mulighed for at køre med flere personer, med haveaffald eller andre ting. Dette afspejles i deres krav, som bliver afgørende for, hvilke biler de kigger på, og hvilke biler de vælger.

Image og signalværdi er en vigtig faktor for få bilkøbere, men for langt den overvejende del af de personer, der indgår i interviewundersøgelsen, spillede det en mindre eller ingen rolle. Loyalitet i forhold til forhandler eller mærke var endog meget afgørende for nogle af vores interviewpersoner, hvilket i høj grad indsnævrer deres valgmuligheder til bestemte mærker eller modeller.

Miljøegenskaber spiller en forsvindende lille rolle som faktor ved køb af bil for størstedelen af interviewpersonerne, der er kun én ud af 22 for hvem det reelt har haft indflydelse på valg af bil. Der er ikke nogen af interviewpersonerne, som forbinder gode miljøegenskaber med noget negativt, men samtidig er det altså heller ikke noget, som bliver prioriteret, eller som størstedelen er villige til at betale en merpris for.

Med undtagelse af økonomi var der ikke nogen faktor, som alle bilkøberne mente var vigtig, og de enkelte faktorer blev desuden vægtet forskelligt af de forskellige interviewpersoner. Der er med andre ord stor forskel på hvad og hvordan bilkøberne prioriterer. Det er på den baggrund ikke muligt at vægte vigtigheden af de forskellige faktorer i forhold til hinanden, når man ser bilkøberne som en samlet gruppe.

### **Bilkøbernes forståelse af miljø og miljøbiler**

Bilkøberne er generelt godt bekendt med, at bilkørsel er forbundet med miljøpåvirkninger, men der er blandt nogle af bilkøberne tvivl om miljøproblemernes art og betydningen af dem. Der er således et udbredt kendskab til miljøproblemerne som begreber, men et mindre kendskab til den faktiske betydning af disse og de sammenhænge, hvori de indgår. Af eksempler på forskellige bil-relaterede miljøproblemer nævnes CO<sub>2</sub>-udledning, global opvarmning og luftforurening.

Blandt bilkøberne finder vi ikke en decideret negativ holdning til miljø. Flere bilkøbere er bekymrede over miljøproblemerne, og de tilkendegiver i varierende omfang, at de i forbindelse med deres bilkøb har overvejet det. I den forbindelse udtaler nogle bilkøbere, at de synes, det er svært at overskue miljøproblemerne og hvilke muligheder man som bilkøber har for at sikre, at ens nye bil er mere miljøvenlig. Flere bilkøbere giver udtryk for, når de

taler om miljøproblemer forbundet med biltrafik, at de ser værre miljøproblemerne end dem, personbiltrafikken giver. At staten eller andre aktører må gå forrest i kampen mod problemerne er en holdning, som findes i flere interviews. Andre ser deres behov for transport til arbejde eller fritid som vigtigere end miljøproblemerne.

Det overvejende kendskab til miljøbiler som biltype er begrænset, dog kender flere bilkøbere til modeller som Toyota Prius og VW Lupo. Ud over dette findes der forskellige opfattelser af miljøbiler som dyre, at den ny teknologi, som miljøbiler indeholder, ikke er holdbar, eller at der er et ringe udstyrsniveau i miljøbiler.

### **Analyse af bilkøbernes prioriteringer**

Ser man på bilkøbernes prioritering af faktorer, er det tydeligt, at der er meget stor spredning mellem hvilke faktorer, som er afgørende for den enkelte bilkøber. Hvad der er afgørende for en bilkøber er ubetydeligt for en anden. På samme vis giver det ikke mening for fremhæve nogle faktorer som vigtigere end andre, da for eksempel ønsket om et anhængertræk hos nogle købere tillægges større betydning end om bilen er ny eller brugt. Andre købere vil fremhæve image som afgørende for deres bilkøb, men aldrig tænke over et anhængertræk eller som køberen som valgte en bil på denne baggrund:

*"Fordi min hund bedre kan lide lædersæder end stofsæder... Ah, måske ikke hovedårsagen. Men altså jeg ville godt ha' en lidt mere... hvad faen var det egentlig jeg skiftede den for? Ud over det med hunden. Hvad fanden var det nu? Jo! Det helt specielle kan man sige, det var, at jeg har slåset med en meget dårlig ryg i mange år, og i den her bil her der er elektrisk sædeindstilling og elektrisk lændeudvidelse, så det var nok hovedformålet vil jeg sige."*

Der er således ingen gennemgående rettesnor, som gør det muligt at generalisere, når det kommer til faktorer. Går man til interviewundersøgelsens resultater ud fra en teoretisk vinkel tegner der sig dog et andet billede.

I specialet diskuteres interviewundersøgelsens resultater ud fra flere teoretikere. Fra Vincent Kaufmann hentes begrebet motilitet, som betegnes som værende ikke realiseret mobilitet men muligheden for mobilitet. Det automobilesamfund som det beskrives af John Urry diskuteres i forhold til de begrænsninger og teknologiske login som er en følgevirkning. Bilkøbernes ageren diskuteres ud fra Anthony Giddens arbejde med det enkelte menneskes mulighed i det

senmoderne samfund, specielt med fokus på selvets refleksive projekt og vilkårene for at træffe valg. Slutteligt analyseres materialet ud fra Malene Freudendal-Pedersens begreb om strukturelle fortællinger, som kan genfindes hos bilkøberne.

Inden for mobiliteten ser vi, at motilitet spiller en særlig rolle. Muligheden for at kunne gennemføre de aktiviteter, som vi som individer måtte ønske, har kraftig indflydelse på prioriteringen af faktorer blandt bilkøberne. De aktiviteter, som bilkøberne ønsker muligheden for at kunne foretage sig, knytter sig i langt overvejende grad til den enkelte bilkøbers livsprojekt.

Teoriene om individets ageren i det senmoderne samfund, som Giddens opstiller, virker som en dækkende beskrivelse af bilkøbernes ageren i vores undersøgelse. Der er altså tale om, at bilkøberne anskuer og vælger bil som en del af deres refleksive projekt. I interviewundersøgelsen ser vi også en stærk individualisering af de enkelte bilkøbere og deres valg. Vi ser også, hvordan ekspertsystemerne spiller en rolle for bilkøberne, når de vurderer de faktorer, som de må forholde sig til i forbindelse med bilvalg. Ligeledes kan vi identificere ekspertsystemer, som bilkøberne anvender til at strukturere deres bilkøb, blandt andet i form af Euro NCAP.

I vores undersøgelse kan der identificeres strukturelle fortællinger i forbindelse med bilkøbernes prioriteringer af faktorer. Der findes også strukturelle fortællinger, som omhandler miljø og miljøbiler. De anvendes i nogen udstrækning til at forklare, hvorfor miljøbiler ikke er interessante for den enkelte bilkøber, men også til at sætte ord på den viden, den enkelte bilkøber har om miljø og miljøbiler. Bilkøberne anvender ikke kun de strukturelle fortællinger til at sætte ord på deres viden, men også til at indsnævre deres valgmuligheder ved bilkøb til for eksempel ikke at indbefatte små biler, koreanske biler eller lignende. Med andre ord ser vi i vores interviewundersøgelse, at bilkøberne anvender de strukturelle fortællinger som en erstatning for de ekspertsystemer, Giddens fremhæver som en del af moderniteten. Dette sker de steder, hvor der ikke findes ekspertsystemer, hvor bilkøberne ikke har tillid til ekspertsystemerne, eller hvor de guidelines, ekspertsystemerne udstikker, ikke harmonerer med bilkøbernes ønsker til en ny bil.

### **Barriere for salget af miljøbiler**

Med undtagelse af økonomi, var der ikke nogen faktor som samtlige interviewpersoner mente var vigtig, og de enkelte faktorer blev desuden opfattet og vægtet forskelligt interviewpersonerne imellem. Der er med andre ord stor forskel på hvad og hvordan interviewpersonerne prioriterer og det er derfor ikke muligt at lave en generel vægning af vigtigheden af de forskellige faktorer i forhold til hinanden. Miljøegenskaber spiller desuden en forsvindende lille rolle som faktor ved køb af bil for alle på nær en af interviewpersonerne.

Bilkøberne prioriterer hovedsageligt mellem forskellige faktorer på baggrund af to forhold. For det første hvilke muligheder de ønsker at bilen skal kunne give dem, således er motiliteten central i en lidt udvidet form, hvor det altså bliver potentialet for at være mobil på en bestemt måde som er vigtigt. For det andet er det vigtigt at bilen er kompatibel med individets livsprojekt, den skal så at sige passe ind i det billede individet har af sig selv. Desuden benytter mange købere strukturelle fortællinger i deres argumentationer, dels for at forklare hvorfor de har foretaget forskellige prioriteringer, men i endnu højere grad i forbindelse med fravalg af for eksempel modeller, mærker, små biler og lignende.

Størstedelen af bilkøberne i vores undersøgelse var bevidste om, at biltrafikken og bilkørsel har uheldige konsekvenser for miljøet. Men niveauet og dybden af viden er meget varieret, og langt de fleste har ikke nogen udbygget forståelse for hvordan miljøproblemstillinger reelt hænger sammen. Vi har ikke oplevet at nogen havde en direkte negativ holdning til miljø, men vi oplevede flere tilfælde hvor interviewpersonerne mente at miljø var ligegyldigt. I de fleste tilfælde bliver interviewpersonernes holdning til og viden om miljø og biler ikke omsat til handling i forbindelse med valg af bil.

Vi har gennem projektet identificeret tre grupper af barrierer for udbredelse af miljøbiler i Danmark. Den første er knyttet til den høje grad af individualisering blandt bilkøberne, som betyder at det ikke er muligt at anskue dem som en homogen gruppe af individer, idet de gennem deres individualisering prioriterer og agerer forskelligt. Når man ønsker at fremme miljøbiler er det derfor ikke sandsynligt at der findes ét specifikt tiltag der alene kan ændre bilkøbernes valg. Individualiseringen giver også et andet problem idet alle faktorer forholdes til den enkelte bilkøbers livsprojekt og miljø på den måde sidestilles og vurderes i forhold til andre faktorer, som måtte vurderes vigtige for den enkelte bilkøber. Den anden gruppe barrierer har at gøre med mangel på viden blandt bilkøberne omkring miljøbiler og miljøproblemer. Bilkøberne besidder ikke den fornødne viden til at træffe miljørigtige valg, i

forlængelse heraf er det problematisk at bilkøberne ikke har adgang til nogle overskuelige ekspertsystemer der kan hjælpe med at vurdere bilers miljøegenskaber i forhold til hinanden. Den tredje gruppe barrierer er relateret til bilkøberes fralæggelse af ansvar i forhold til valg af bil. Selvom om de godt er klar over at der er problemer relateret til deres mobilitetsvalg, afspejles det ikke i deres køb af bil. I den forbindelse benyttes strukturelle fortællinger til at begrunde deres valg og prioriteringer.

I analysen af barriererne er der dog positive træk som skal bemærkes. Først og fremmest er der kun enkelte negative holdninger overfor miljø, og der er interesse for at være miljørigtige ved bilvalg, dog på betingelse af at det ikke koster ekstra eller de skal gå på kompromis. Samtidig med at placeringen af ansvaret for miljøet lægges på staten i en fralæggelsesmanøvre er det også et tegn på et ønske om at få vist vejen. Som diskuteret kan den enkelte bilkøber ikke nødvendigvis selv overskue miljøvalgene og har ingen troværdige ekspertsystemer at læne sig op ad, og må derfor støtte sig til strukturelle fortællinger og markedets egne betegnelser. Fra statslig side bør man benytte sig af dette ønske og påtage sig storebrorrollen og via udvidede mærkningsordninger og afgifter være med til at fremme salget af miljøbiler.

## Referenceliste (I uddrag)

For den fulde referenceliste se specialet Fordi min hund bedre kan li' lædersæder, som findes her: <http://rudar.ruc.dk/handle/1800/2800>

Buch-Hansen *et al.*, 2005. Buch-Hansen, Hubert; Nielsen, Peter. *Kritisk realisme*. København: Roskilde Universitets forlag.

CNW Marketing Research, 2007. *Dust to dust – The Energy Cost of New Vehicles From Concept to Disposal*. <http://www.cnwmr.com/nss-folder/automotiveenergy/DUST%20PDF%20VERSION.pdf> 01-11-2007

DMU, 2002. Gudmundsson, Henrik. *Indikatorer for Bæredygtig Transport – oplæg til indhold og strategi*. Danmarks Miljøundersøgelser, Faglig rapport fra DMU nr. 405.

[http://www2.dmu.dk/1\\_viden/2\\_publicationer/3\\_fagrappporter/rapporter/FR405.pdf](http://www2.dmu.dk/1_viden/2_publicationer/3_fagrappporter/rapporter/FR405.pdf) 01-11-2007

Engel *et al*, 1995. Engel, James F.; Blackwell, Roger; Miniard, Paul W. *Consumer Behavior – International Edition* (8. udgave). Fort Worth: Dryden

EPA, 2007. [www.epa.gov/OCEPAterms/eterms.html](http://www.epa.gov/OCEPAterms/eterms.html) 01-11-2007

Featherstone, 2005. Featherstone, Mike. *Automobilities / An Introduction*. London: SAGE.

Finansministeriet, 2004. *Økonomisk Redegørelse, August 2004*. København: Finansministeriet. [http://www.fm.dk/db/filarkiv/9961/OER\\_aug04.pdf](http://www.fm.dk/db/filarkiv/9961/OER_aug04.pdf) 01-11-2007

Fog, 2004. Fog, Jette. *Med samtalens som udgangspunkt – det kvalitative forskningsinterview*. København: Akademisk forlag.

Freudendel-Pedersen *et al*, 2002. Freudendel-Pedersen, Malene; Hartmann-Petersen, Katrine; Roslind, Kenneth. *Strukturelle fortællinger om mobilitet*. Roskilde Universitetscenter: Speciale TekSam.

Freudendel-Pedersen, 2007. Freudendel-Pedersen, Malene. *Mellem frihed og ufrihed – strukturelle fortællinger om mobilitet i hverdagslivet*. Roskilde Universitetscenter: Ph.d. afhandling fra institut for miljø, samfund og rumlig forandring.

Giddens, 1996. Giddens, Anthony. *Modernitet og selvidentitet*. København: Hans Reitzels Forlag

Grönabilister, 2007. Miljöbästa Bilar - Vinnarna 2007. [http://www.gronabilister.se/public/file.php?REF=07563a3fe3bbe7e3ba84431ad9d055af&art=511&FILE\\_ID=20070604122256\\_2\\_16.pdf](http://www.gronabilister.se/public/file.php?REF=07563a3fe3bbe7e3ba84431ad9d055af&art=511&FILE_ID=20070604122256_2_16.pdf) 01-11-2007

Halkier 1999. Halkier, Bente. *Miljø til daglig brug? – Forbrugeres erfaringer med miljøhensyn i hverdagen*. København: Forlaget Sociologi.



Jespersen, 2007. Jespersen, Per Homann. *Omlægning af bilafgifter*. Samfundsøkonomen maj 2007 nr. 2. [http://www.djoef.dk/online/view\\_artikel?ID=12325&searchwords=oml%E6gning](http://www.djoef.dk/online/view_artikel?ID=12325&searchwords=oml%E6gning) 01-11-2007

Kanuk *et al*, 2007. Kanuk, Leslie Lazar; Schiffman, Leon G. *Consumer behaviour* (9. udgave). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.

Kaspersen, 1991. Kaspersen, Lars Bo. *Anthony Giddens og strukturationsteorien, en løsning på en dualisme*. Dansk sociologi nr. 2, 2. årgang, København.

Kaufmann, 2002. Kaufmann, Vincent. *Re-Thinking Mobility*. Hampshire: Ashgate.

Kvale, 1997. Kvale, Steiner. *InterView – En introduktion til det kvalitative forskningsinterview*. København: Hans Reitzels Forlag

Skatteministeriet, 2003A. *Omlægning af registreringsafgiften – rapport fra arbejdsgruppen om en omlægning af registreringsafgiften*. [http://www.skm.dk/public/dokumenter/publikationer/registreringsafgift/bilbeskatning\\_april2003.pdf](http://www.skm.dk/public/dokumenter/publikationer/registreringsafgift/bilbeskatning_april2003.pdf) 01-11-2007

Skatteministeriet, 2003B. *Rapport fra arbejdsgruppen vedrørende mulig omlægning og forenkling af registreringsafgiften*. <http://www.skm.dk/public/dokumenter/publikationer/rapport%20fra%20arbejdsgruppen.pdf> 01-11-2007

Urry, 2000. Urry, John. *Sociology beyond societies: mobilities for the twenty-first century*. London: Routledge

Urry, 2005. Urry, John. *Automobilities / The “System” of Automobility*. London: Sage