

2025

Mobilitetsrapporten

Insikter kring svenskarnas inställning till mobilitet

The
Mobility
Bank

Ziklo

Innehållsförteckning



Vår gemensamma resa
mot framtidens mobilitet
s. 07



Elektrifieringen går
framåt men bredden
avgör om Sverige lyckas
s. 08



01. Elektrifieringen
av bilflottan – nuläge
och riktning
s. 11



04. Räckvidd, laddning
och batterihälsa
s. 37



05. Beteendeförändring
och marknadens
drivkrafter
s. 45



02. Ekonomin runt elbilen
s. 23



03. Omställning
med olika förutsättningar
s. 31



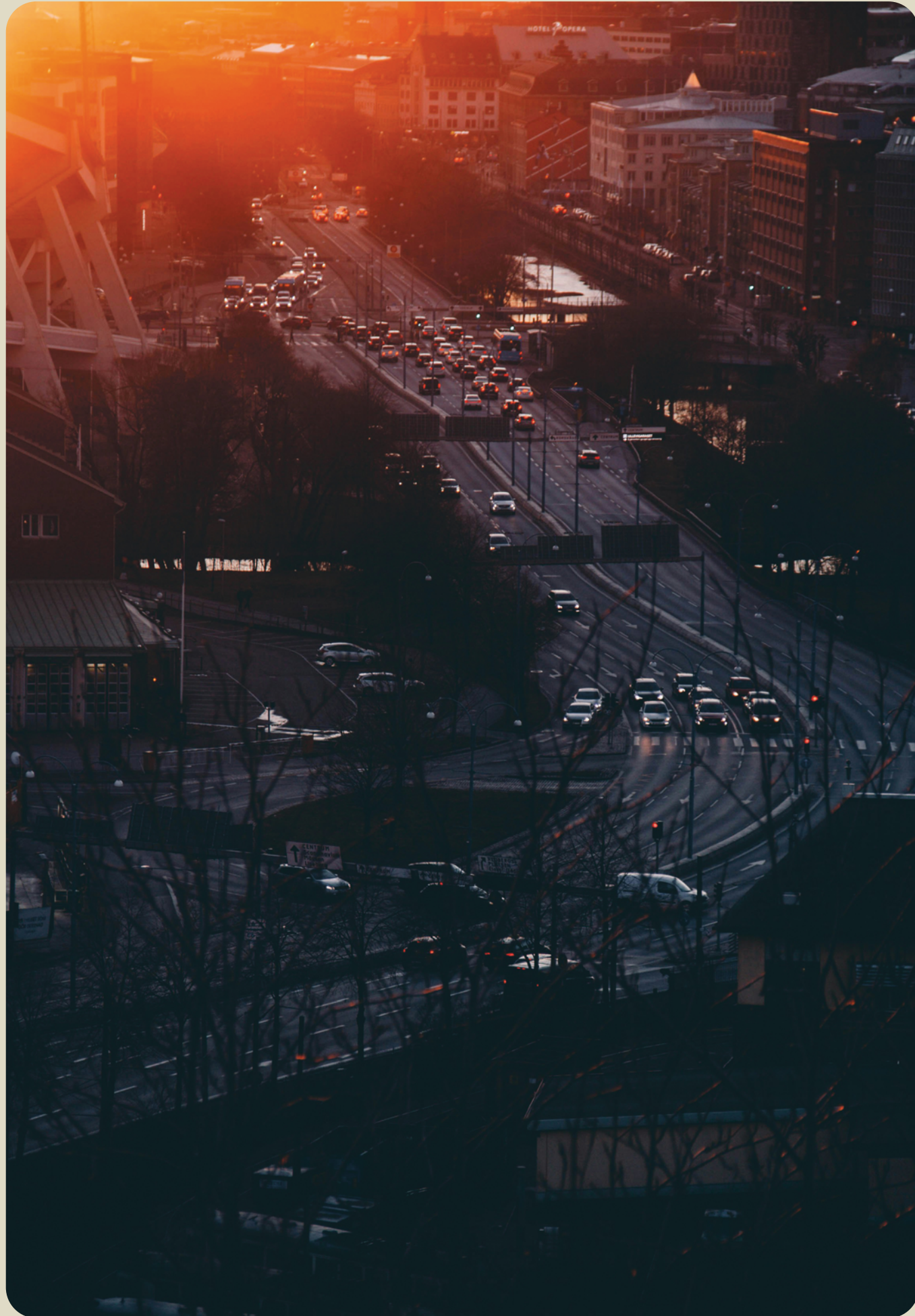
06. Norges
elbilsmarknad
s. 53



07. Tung trafik
och åkerier
s. 63



Metodik
s. 70



Vår gemensamma resa mot framtidens mobilitet

På Ziklo Bank ser vi mobilitet som en nyckelfråga i klimatomställningen. Elektrifieringen av transportsektorn är avgörande för att Sverige ska nå sina klimatmål men den är också en möjlighet: Att skapa konkurrenskraftiga företag, lägre kostnader och en vardag som fungerar bättre för både privatpersoner och samhälle. Vårt syfte är att bidra till att den resan går snabbare, blir mer resurseffektiv och omfattar fler.

När vi publicerade den första *Mobilitetsrapporten 2024* var ambitionen att skapa en årlig temperaturmätare över hur Sverige ser på mobilitet och elektrifiering. Genom att följa utvecklingen över tid kan vi identifiera hinder, möjligheter och trender och på så sätt bidra till ett mer faktabaserat samtal om framtidens mobilitet. Det är avgörande eftersom varje bil som säljs i dag blir en del av fordonsflottan i över ett decennium och kommer rulla tiotusentals mil. De val som görs nu formar därför inte bara dagens, utan också morgondagens mobilitet.

I årets rapport, den andra i ordningen, fördjupar vi bilden av elektrifieringen. Vi tittar närmare på privatpersoners val, företagens bilpolicys och åkeriernas investeringar. Vi lyfter också fram hur en fungerande andrahandsmarknad kan bli nyckeln till att elektrifieringen når bredare grupper. Genom att kombinera data med analys vill vi visa vilka steg som krävs för att elektrifieringen ska bli bredare, mer rättvis och tillräckligt snabb för att Sverige ska nå sina klimatmål.

Vi vet att dialog är avgörande för framgång. Därför välkomnar vi dig som läsare att dela dina tankar och reflektioner. Via den här länken hittar du kontaktuppgifter till oss:

➔ ziklo.com/mobilitetsrapporten

Tillsammans kan vi accelerera omställningen till en mer hållbar mobilitet.

Elektrifieringen går framåt men bredden avgör om Sverige lyckas

I *Mobilitetsrapporten 2025* konstaterar vi att elektrifieringen av transportsektorn fortsätter att ta steg framåt. Tekniken mognar, infrastrukturen byggs ut och erfarenheten hos både privatpersoner och företag visar att elbilen fungerar väl i vardagen. Efter en svagare försäljning 2024 ökar försäljningen av elbilar igen och det tycks som om andrahandsmarknaden håller på att etableras på riktigt. Hindren ligger inte längre främst i tekniken, utan i beteenden, strukturer och styrmedel.

Tre lärdomar framträder tydligt:

Företagens beslut styr riktningen

Två tredjedelar av alla nya bilar köps av företag och deras bilpolicys avgör vilka bilar som rullar ut på vägarna i dag och vilka som når begagnatmarknaden i morgon. Trots det saknar nästan hälften av företagen en policy och många kopplar den inte till hållbarhetsstrategin. Att fler företag tar ett aktivt ansvar är en nyckelfråga för omställningen.

Privatmarknaden bromsas av myter runt teknik och ekonomi

Många hushåll upplever fortfarande elbilen som dyrare än fossilbilen eftersom fokus för de flesta ligger på inköpspris snarare än totalekonomi. Samtidigt lever missuppfattningar om batterier (att kapaciteten snabbt försämras), laddning (att det är krångligt och svårt att få

tillgång) och räckvidd (att elbilen inte räcker för vardagsresor) kvar. Detta gör att omställningen riskerar att bli smal och ojämn: Snabb för villaägare och tjänstebilsförare, långsam för boende i flerbostadshus och hushåll med mindre resurser.

Erfarenhet och stabila spelregler bygger förtroende

Norge visar att konsekvent politik och bred användning är nyckelfaktorer. När villkoren är stabila vågar både hushåll och företag investera och när elbilen blir norm förändras attityderna snabbt. Samma logik syns i Sverige där de som redan kör elbil är betydligt mer positiva än de som inte gjort bytet.

Även inom tung trafik går omställningen framåt. Stora åkerier leder vägen och rapporterar tydliga fördelar med el-lastbilar, men mindre aktörer behöver stöd och tydliga krav för att våga ta steget.

Sammantaget pekar årets rapport på att omställningen inte längre handlar om teknikens mognad – utan om att skala upp, bredda och skapa rätt förutsättningar. Det kräver stabila spelregler, fler företagsbeslut för elbil, en växande begagnatmarknad och flexibla laddmöjligheter med stabil prissättning för boende i flerbostadshus. När dessa bitar faller på plats kan elektrifieringen bli både snabbare och mer rättvis. Först där och då kan Sverige nå sina klimatmål.





Elektrifieringen av bilflottan – nuläge och riktning

01



Företagens beslut i dag avgör bilmarknaden i morgon

Omställningen till eldrivna bilar går framåt men det är fortfarande en liten del av samhället som står för den största förändringen. De med lägst tröskel – tjänstebilsförare utan egen ekonomisk risk, villaägare med laddmöjligheter och hushåll med stark ekonomi – har ställt om i högre utsträckning än andra. För att Sverige ska nå sina klimatmål behöver elektrifieringen spridas till en bredare del av befolkningen.

Företagen spelar en avgörande roll. Två tredjedelar av alla nyregistrerade bilar köps av företag, vilket innebär att deras beslut i praktiken styr vilka bilar som senare blir tillgängliga på begagnatmarknaden. Ändå saknar en fjärdedel av Sveriges största företag en bilpolicy och bland de som har en policy är det nästan hälften som inte kopplar den till sin hållbarhetsstrategi. Det gör att bilvalen riskerar att styras av kortsiktig ekonomisk hänsyn snarare än klimatmål.

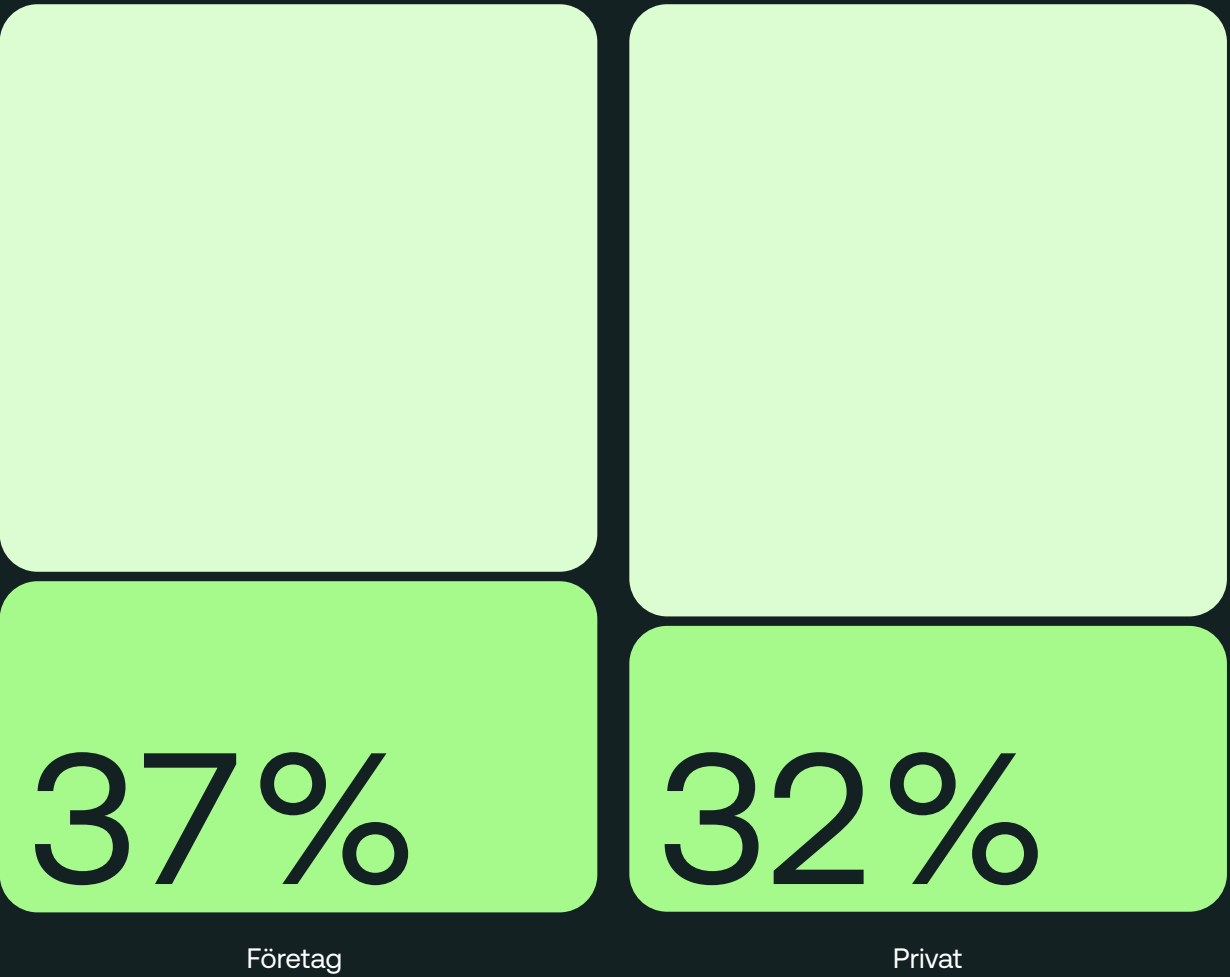
Många myter kring elbilen lever kvar. Oro för batteriers livslängd, laddningens komplexitet och andrahandsvärden skapar tröghet – särskilt på privatmarknaden. Medielogiken förstärker bilden genom att ofta lyfta problem snarare än det som fungerar. I praktiken är tekniken mogen, infrastrukturen är utbyggd och elbilen fungerar redan väl för många fler än de som hittills har tagit steget.

För att undvika en smal och ojämn omställning krävs både att fler företag, stora som små, tar ansvar genom tydliga, framtidssäkra bilpolicys och att myterna bemöts med fakta. Då kan trösklarna sänkas och elektrifieringen spridas bredare i samhället som ett hållbart val för flera.

Elektrifieringen drivs på av företagen

Bland nyregistrerade bilar i Sverige under första halvåret 2025 är 35 procent eldrivna. Företagskunder står för två tredjedelar av alla nyregistrerade bilar där 37 procent är elbilar och hos privatmarknaden drivs 32 procent av el.

Andel elbilar av nyregistrerade bilar jan–juni 2025



Företagens bilpolicy får betydelse för framtiden

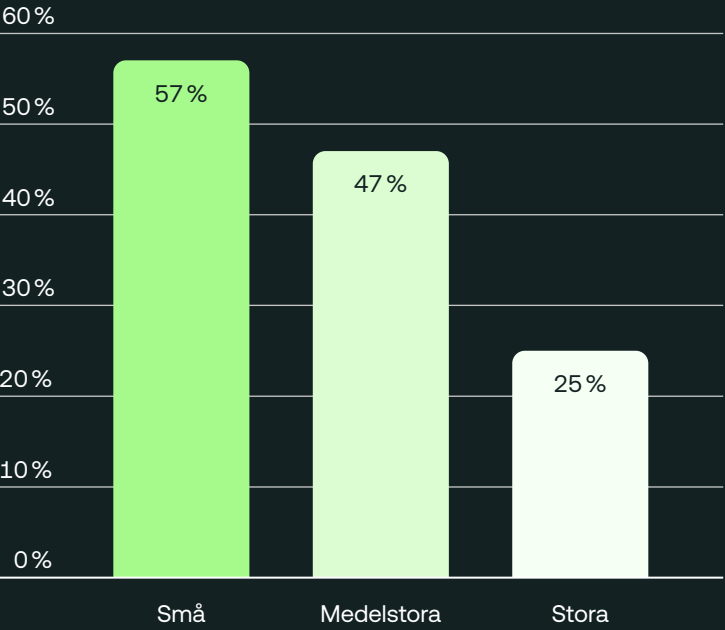
Företagen är motorn i svensk nybilsförsäljning och därmed i elektrifieringen. Två tredjedelar av alla nya bilar köps av företag, och efter två till fyra år når de begagnatmarknaden där majoriteten av hushållen köper sin bil. Det innebär att företagens val i dag till stor del avgör vilka bilar som finns tillgängliga för hushåll i morgon.

Sedan fjolårets Mobilitetsrapport vet vi att bilpolicy har stor påverkan på vilka bilar ett företag leasar och köper. I årets undersökning framgår att 43 procent av företagen uppger att de saknar en tydlig policy för elektrifiering. Skillnaden är dock stor mellan företag av

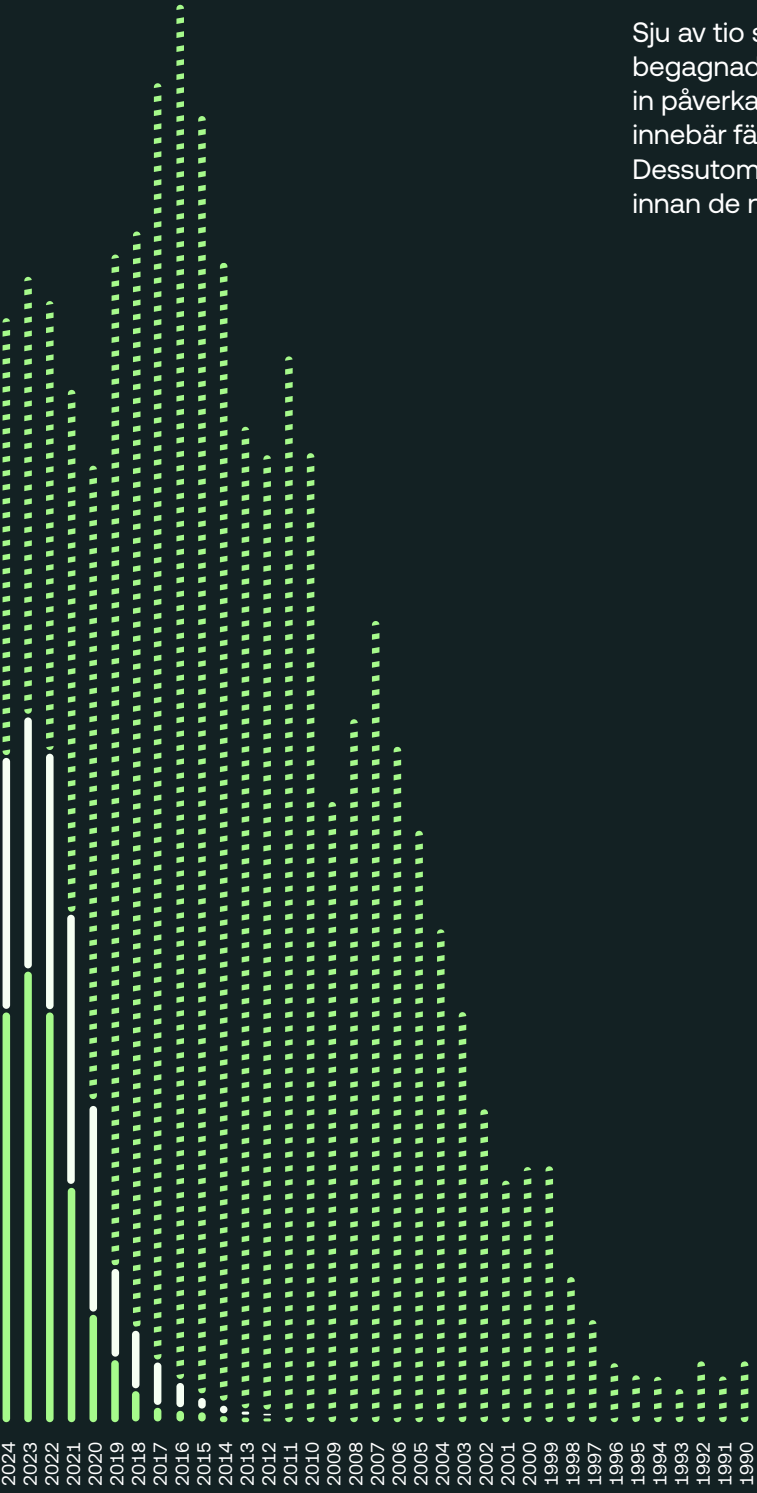
olika storlek: bland de minsta företagen (0–10 anställda) saknar 57 procent policy, medan motsvarande andel är 47 procent för medelstora företag (11–50 anställda). Bland de största företagen (+50 anställda) är andelen 25 procent.

När en policy saknas fattas besluten ofta utifrån individuella bedömningar, där olika prioriteringar styr beroende på vem som beslutar. Det leder till att hållbarhetsmål, kostnadseffektivitet och långsiktig strategi inte alltid vägs in, vilket bromsar både elektrifieringen och utvecklingen av en stabil begagnatmarknad.

Så många företag uppger att de saknar en tydlig policy för elektrifiering



Begagnatmarknaden avgör bredden i omställningen



Sju av tio svenska hushåll köper sin bil begagnad. När nybilsförsäljningen bromsar in påverkar det hela kedjan: Färre nya elbilar innebär färre begagnade elbilar några år senare. Dessutom exporteras en betydande andel bilar innan de når svenska andrahandsköpare.

Illustrationen av fordonsflottan visar förhållandevis mängden bilar som finns av respektive årsmodell samt fördelningen mellan elbilar, laddhybrider och fossildrivna bilar.

- Fossildrivna bilar
- Laddhybridbil
- Elbil



”Företagen är motorn i svensk
nybilsförsäljning och därmed
i elektrifieringen.”

Mytbilder bromsar – tekniken och infrastrukturen är bättre än ryktet

Trots att tekniken är mogen och infrastrukturen väl utbyggd lever många myter om elbilen kvar, exempelvis att räckvidden inte är tillräcklig och att det är svårt att ladda elbilar. Enligt Energimyndigheten finns det till exempel närmare 9 000 publika laddstationer med ungefär 11 000 laddpunkter (varav 2 100 för snabbladdning) i Sverige i dag. Detta ska jämföras med de 2 500 tankstationerna som finns vid de större vägarna.

Även synen på bilens batteri påverkas av myter. Mätningar av batterihälsa visar att moderna elbilar behåller 85–90 procent av sin kapacitet även efter 20 000 körda mil. Ändå tror fyra av tio svenskar att ett elbilsbatteri tappas hälften av kapaciteten redan inom sex år. Sammantaget visar det att både infrastrukturen och tekniken fungerar betydligt bättre än den bild som ofta målas upp.

”Fyra av tio svenskar tror att ett elbilsbatteri tappas hälften av kapaciteten redan inom sex år.”

Elbilslivet fungerar – men det är inte en nyhet

Enligt nyhetsvärdering är det problemen, snarare än det som fungerar, som får rubrikerna. För elbilen innebär det att laddköer under sportlovet, oro för räckvidd på vintern eller en trasig laddstation längs E4:an skapar rubriker. Bekymmersfritt elbilsägande med bilar som startar, laddas och körs utan problem saknar nyhetsvärde.

Det här riskerar att skapa en skev bild där den mediala uppmärksamheten riktas mot undantagen, inte mot vardagen. Över tid kan den bilden förstärkas, precis som medieteorin Cultivation Theory menar, när återkommande mediala berättelser formar vår uppfattning om verkligheten. Och när elbilen fortfarande är ny för många blir dessa berättelser lätt till sanningar. Det förstärker osäkerheten, trots att majoriteten av elbilsägare upplever att tekniken fungerar utmärkt i vardagen.

📺 Cultivation Theory

Cultivation Theory är en medieteori som utvecklades av den amerikanske forskaren George Gerbner under 1960- och 70-talet. Teorin bygger på idén att långvarig exponering för medier – särskilt tv – gradvis formar människors uppfattning om verkligheten. Gerbner menade att medier inte bara informerar utan också kultiverar en viss världsbild över tid. Till exempel kan personer som ofta ser våldsamma program börja tro att världen är farligare än den faktiskt är. Effekten är inte omedelbar, utan sker långsamt och subtilt vilket gör den särskilt kraftfull. Cultivation Theory har haft stort inflytande inom medieforskning och används än i dag för att förstå hur nyhetsrapportering, fiktion och reklam påverkar våra föreställningar om samhället.



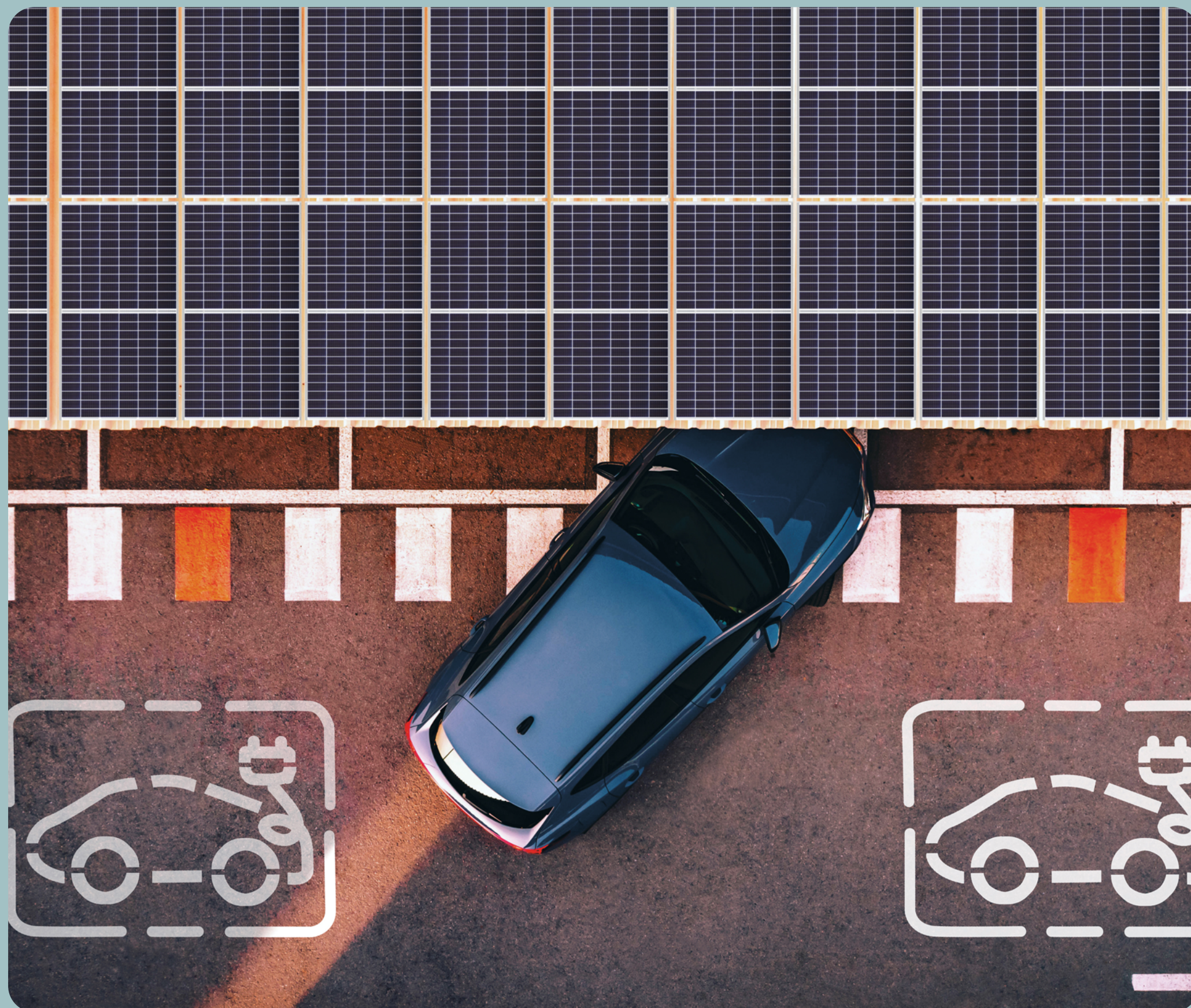
Ekonomi runt elbilen

02

Kunskapsklyftan som bromsar omställningen

Ekonomin runt elbilen är i flera avseenden ny och ibland mer komplex än för fossilbilen vilket skapar en klyfta mellan upplevda och faktiska kostnader. Privatpersoner fokuserar ofta på inköpspris och är ovana vid att räkna på helheten, vilket gör att elbilen upplevs som dyrare än vad den i praktiken är. Företag har bättre förutsättningar att se totalekonomin eftersom de hanterar fler fordon och kan följa kostnader över tid.

Det finns också dolda fördelar som inte alltid syns för konsumenterna, till exempel det kraftigt minskade servicebehovet. Samtidigt spelar återförsäljare en mindre roll än väntat i köparnas beslutsresa vilket gör att många saknar stöd när de ska försöka förstå elbilens ekonomi. Det finns därför en stor potential i att återförsäljare och finansiella aktörer tar en mer rådgivande roll, särskilt då köpprocessen ofta startar med egen research på internet.



Totalekonomin missas ofta av privatkunder

För många privatpersoner är inköpspriset det som avgör. När man inte räknar in de lägre drift och servicekostnaderna uppfattas elbilen lätt som dyrare vid köptillfället. I undersökningen framgår att privatpersoner i högre grad ser fossilbil som fördelaktig när det gäller köp, men att elbilen uppfattas som mer fördelaktig när det gäller användning.

Företag däremot har bättre verktyg för att räkna på helheten (Total Cost of Ownership, TCO) och kan därför se att elbilen blir billigare över tid.

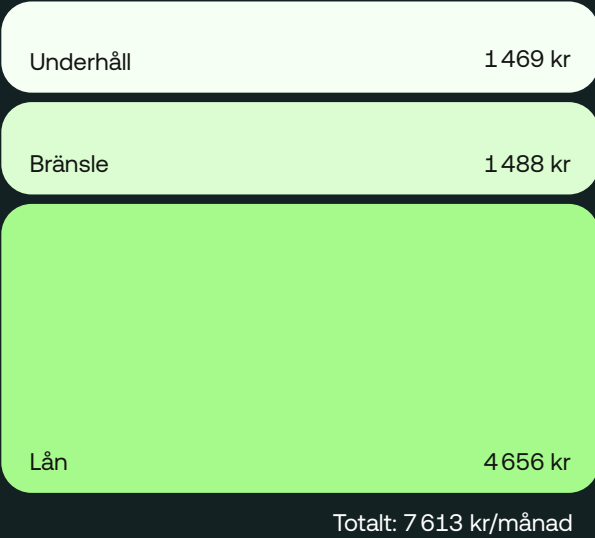
Total Cost of Ownership

TCO (Total Cost of Ownership) är ett mått på den totala kostnaden för att äga och använda en tillgång, som till exempel en bil, under dess livslängd. TCO inkluderar inte bara inköpspriset, utan även alla relaterade kostnader som drift, underhåll, försäkring, skatt och värdeminskning. För elbilar kan TCO ofta vara lägre än för traditionella fossildrivna bilar, trots ett högre inköpspris, tack vare lägre bränslekostnader och underhåll. Genom att förstå TCO får företag och privatpersoner en mer komplett bild av de ekonomiska konsekvenserna av sitt fordonswal.

TCO för elbil



TCO för fossilbil



Bättre verktyg ger fördel till företagen

Elbilar kräver färre servicetillfällen än fossilbilar och kostnaderna blir ofta 30–50 procent lägre. Trots det är det bara en fjärdedel av privatpersonerna som känner till skillnaden, medan andelen av elbilsägare är 60 procent. För företag är bilden en annan. De räknar på helhetskostnaderna redan innan de väljer bilar och drivlinor, har bättre verktyg och fler datapunkter och har därför tydlig koll på skillnaden i servicebehov. För många företag är dessutom ekonomin en stark drivkraft: Det är den näst vanligaste anledningen till att de väljer elbil.



Återförsäljaren – från säljare till rådgivare

Trots att återförsäljaren är en av de mest kunniga aktörerna spelar de en liten roll i konsumentens val av drivmedel. Endast 13 procent vänder sig till återförsäljaren när de gör valet, medan 58 procent gör egen research online. När det gäller finansiering är osäkerheten större: här vänder sig 23 procent till en bank eller finansieringspartner.

Det tyder på att konsumenter ofta litar mer på sin egen förmåga än på branschens experter – något som kan bromsa både teknikskiftet och tryggheten i besluten. Här finns en tydlig potential för branschen att ta en mer rådgivande roll och bidra med den kunskap som konsumenterna faktiskt efterfrågar.

13%

vänder sig till återförsäljare för rådgivning kring val av drivmedel.

58%

av konsumenterna gör hellre egen research online.

23%

vänder sig till bank/finansieringspartner för rådgivning kring ekonomi.

Från bil till batteri – V2G flyttar kalkylen in i hemmet och företaget

Vehicle-to-Grid (V2G) gör det möjligt att använda elbilen som energilager och till och med sälja tillbaka el till nätet. Var tredje företag kan tänka sig att betala extra för V2G-funktionalitet medan intresset bland privatpersoner är lägre. Potentialen är dock stor eftersom batterierna i bilar blir allt mer prisvärda jämfört med stationära energilager. V2G kan därmed bli en nyckel i framtidens energiekonomi.

Vehicle-to-Grid är en teknik där elbilar inte bara drar ström från elnätet för att ladda sina batterier, utan också kan skicka tillbaka överskottsel till elnätet när de inte används. Detta sker genom en dubbelriktad laddare som möjliggör flödet av elektricitet i båda riktningarna – från elnätet till bilen och från bilen till elnätet.



Omställning
med olika
förutsättningar

03



Boendeformen påverkar förutsättningen till omställning

Många elbilsägare uppskattar möjligheten att ladda hemma då det är bekvämt, kostnadseffektivt och minskar friktionen i vardagen. Men hemmaladdning är inte ett krav för att ha elbil även om det ibland uppfattas så. I praktiken avgör boendeformen hur enkel omställningen blir. Villaägare kan nästan alltid ordna en laddplats, vilket pressar både kostnader och vardagslogistik. För hushåll i flerbostadshus är situationen annorlunda: Där saknas ofta laddmöjligheter vilket gör att man hänvisas till publik laddning som både är dyrare och mer tidskrävande. Resultatet blir en ojämlik omställning där vissa har lätt att vara med och dra nytta av elbilen, medan andra möter högre trösklar.

Flera datapunkter pekar åt samma håll. Få elbilsförare bor i hyreshus och prisgapet mellan hem- och publik laddning är stort. Det gör att omställningen går snabbare för villaägare och långsammare för boende i flerbostadshus trots att EU:s ”Right to charge” nu ska ge bättre formella förutsättningar även där – ett regelverk som ännu inte fått fullt genomslag i Sverige.

Samtidigt underskattas ofta glesbygdens potential. Där bor fler i småhus med egen parkering och kan ladda hemma. Körmönstren ser annorlunda ut men elbilens ekonomi förbättras ju mer bilen används och räckvidden räcker för de flestas behov. Försäljningsstatistik från Mobility Sweden visar också att elbilen redan är väl etablerad i många glesbygdskommuner. Ett tydligt bevis på att den fungerar bra även utanför storstäderna.

För att elektrifieringen ska lyckas behöver perspektivet breddas. Elbilen ska inte vara ett privilegium för villaägare utan ett möjligt val för alla, oavsett boendeform och bostadsort.

Laddningstillgången skapar ojämlik omställning

Villaägare har i regel enkel och billig hemma laddning medan hushåll i flerbostadshus ofta saknar tillgång till laddplats. I undersökningen framgår att bara 1 av 10 elbilsförare bor i hyreshus, vilket tydligt visar hur boendeformen slår igenom i ägandet. Kostnadsbilden förstärker skillnaden där hemmaladdning kan kosta omkring 0,5 kr/kWh samtidigt som publik laddning kan ligga upp till 6,5 kr/kWh.

Sverige undersöker nu en implementering av nya regler för laddning i flerfamiljshus motsvarande EU:s direktiv "Right to Charge". Men i dag gäller reglerna främst för nybyggnation och större renoveringar – inte för befintliga bostadshus. Det gör att många

hushåll i flerbostadshus fortsatt står utan möjlighet till laddning, vilket bromsar deras möjligheter att delta i omställningen. Samtidigt har inte alla hushåll i flerfamiljshus bil, och det vore varken rimligt eller kostnadseffektivt att varje bostad ska ha en egen laddplats.

Därför blir det viktigt att utveckla flexibla lösningar som möter den här gruppens behov. En mix av publika laddmöjligheter, laddning vid arbetsplatser och gemensamma lösningar i bostadsområden kan spela en central roll för att göra laddning mer tillgänglig. På så sätt kan fler hushåll få förutsättningar att välja elbil, även de som inte har egen parkering.

Right to Charge

EU:s direktiv om "Right to Charge" är en individuell rättighet för en boende att installera en laddpunkt på sin egen parkeringsplats, även om fastighetsägaren eller bostadsrättsföreningen annars skulle säga nej. Detta gäller ännu inte fullt ut i svensk lag men måste träda i kraft senast juni 2026.

Nybyggnation
Det finns i Sverige i dag regler för nybyggnation eller mer omfattande ombyggnad. Vid fler än tio parkerings-

platser i byggnaden eller på tomten ska ledningsinfrastruktur finnas till alla parkeringsplatser.

Befintlig byggnation
Sedan 1 januari 2025 gäller också retro-aktiva krav på laddstruktur för befintliga byggnader som inte är bostadshus. Vid fler än 20 parkeringsplatser i byggnaden eller på tomten ska minst en laddningspunkt för elfordon finnas. Från 2027 börjar EU:s retroaktiva krav även att omfatta bostadshus.

Glesbygden har bättre förutsättningar än ryktet

I den politiska debatten framställs glesbygden ofta som ett område där elektrifieringen är särskilt svår. Diskussionen kretsar kring räckviddsångest, långa avstånd och brist på laddmöjligheter. Vår undersökning – liksom försäljningsstatistik – visar en annan bild: glesbygden är redan långt på väg in i elektrifieringen.

I glesare regioner bor en större andel hushåll i småhus, vilket innebär egen parkering och möjlighet till hemmaladdning. Det är en avgörande faktor för att elbilen ska fungera

smidigt i vardagen. Körsträckor och resmönster skiljer sig visserligen från storstadsregioner, men många glesbygdsbor uppger att elbilen fungerar utmärkt – både praktiskt och ekonomiskt. Försäljningsstatistik från flera glesbygdskommuner visar också att andelen elbilar är hög, vilket bekräftar bilden av att elbilen fungerar väl även utanför storstäderna.

Glesbygden har alltså bättre förutsättningar än vad debatten ofta ger sken av. Det är dags att nyansera bilden och se den potential som redan finns.





Räckvidd, laddning
och batterihälsa

04

Tekniken fungerar men oron lever kvar

Frågor om räckvidd, laddning och batterier är fortfarande bland de största hindren för en bredare elektrifiering, men mycket av oron bygger på missuppfattningar och ovana. De flesta elbilsförare laddar hemma och gör bara ett fåtal resor per år som kräver laddning längs vägen. Trots det är ”räckviddsångest” en av de vanligaste orsakerna till att privatpersoner tvekar inför elbil.

Batteriernas faktiska livslängd står i skarp kontrast till vad många tror. En studie från Arval som publicerades 2024 visar att kapaciteten ofta ligger kvar på 85–90 procent även efter 20 000 körda mil och försämras långsammare därefter. En majoritet av befolkningen tror att hälften av kapaciteten är borta redan efter sex år vilket skapar en bild av elbilen som mer osäker och riskfylld än den egentligen är, något som riskerar att stå i vägen för omställningen.

Erfarenhet spelar därför en avgörande roll. Företag och privatpersoner som redan kör elbil rapporterar i betydligt högre grad att räckvidden räcker till och att laddning fungerar bra. När fördomar möter praktisk erfarenhet förändras bilden snabbt.



Hemmaladdning döljer hur utbyggd infrastrukturen faktiskt är

De flesta elbilsförare laddar hemma. Det är bekvämt, enkelt och ofta det billigaste alternativet. Just därför saknar en del elbilsförare erfarenhet av att ladda på offentliga laddplatser. En genomsnittlig elbilsförare gör fyra resor eller färre per år som kräver laddning längs vägen.

Detta innebär att många förare saknar praktisk erfarenhet och bidrar till känslan av att det är mer osäkert än det faktiskt är. Samtidigt byggs infrastrukturen snabbt ut, och EU:s

förordning AFIR föreskriver snabbladdare var 60:e kilometer längs de större vägarna. Även om nätet ännu inte är helt på plats överallt är riktningen tydlig.

Oro för att ”bli stående” lever kvar hos vissa, trots att den faktiska risken är liten. Det här är ett tydligt exempel på hur beteende formar upplevelse. När fler får praktisk erfarenhet av att ladda längs vägen kommer också bilden av infrastrukturen att förändras, från en osäkerhet till en självklar del av bilägandet.

4x

En genomsnittlig elbilsförare gör fyra resor eller färre per år som kräver laddning längs vägen.



Ogrundad oro för batterikapacitet ett hinder

Över hälften av svenskarna – 53 procent – oroar sig för batteriets livslängd. Många tror felaktigt att kapaciteten halveras redan efter sex år. Den bilden gör att elbilen upplevs som ett riskfyllt köp, trots att verkligheten ser helt annorlunda ut. Studier visar att batteriet ofta behåller 85–90 procent av sin kapacitet efter 20 000 körda mil (vilket motsvarar ungefär 14 år för en genomsnittsförare) och att försämringen därefter går långsamt. Med rätt användning är det troligt att batteriet till och med överlever bilen.



Erfarenhet botar räckviddsångest

När man jämför företag och privatpersoner syns en tydlig skillnad: företag som har elbilar upplever i högre grad att räckvidden är tillräcklig. Även privatpersoner som redan kör elbil är mer positiva än de som ännu inte gjort bytet. Det visar att räckviddsoro till stor del är en upplevd barriär – en känsla som minskar med praktisk erfarenhet.

Men skillnaden beror också på hur besluten fattas. Företag har ofta bättre verktyg: fler datapunkter, tydliga kalkyler och personer som är dedikerade till att räkna på totalkostnaden innan en investering görs. Dessutom beslutas bilpolicyn ofta av en del av organisationen, medan bilarna används av en annan. Det skapar större utrymme för rationella beslut.

Privatpersoner däremot fattar beslut som påverkar den egna vardagen direkt. Det gör att emotionella faktorer – som oro, osäkerhet och vanor – får större tyngd. Räckvidden värderas därför inte bara utifrån fakta utan också utifrån känslan av trygghet. Eftersom många företag gör omställningen samtidigt sker lärandet i grupp vilket gör att kunskap sprids snabbt och erfarenheter delas effektivt.

”Företag som har elbilar upplever i högre grad att räckvidden är tillräcklig.”



Beteendeförändring
och marknadens
drivkrafter

05



Tjänstebilar skapar ringar på vattnet

Erfarenheten av att köra elbil förändrar beteendet. Många av de hinder som upplevs före köpet – som oro för räckvidd, laddning eller batteriets livslängd – visar sig i praktiken vara mindre än väntat. När privatpersoner och företag väl bytt beskriver de ofta att ekonomin är bättre än de trodde, att räckvidden är tillräcklig för deras behov och att elbilen i många avseenden är en bättre bil. Därför är det mycket ovanligt att någon som provat går tillbaka till fossilbil.

Företagens roll är särskilt viktig. Tjänste- och förmånsbilar visar ingen avmattning utan växer som segment. De höga elbilsandelarna i dessa flottor driver på omställningen i dag, men skapar också ett flöde av begagnade bilar som gör elektrifieringen mer tillgänglig för privatmarknaden framåt. Stora företag leder utvecklingen, både genom sina volymer och genom att ge tusentals anställda praktisk erfarenhet av elbil i vardagen. När man testar så gillar man, vilket gör att företagens val spiller över på privat bilägande.

För många företag är elbilen också mer än bara ett ekonomiskt eller klimatmässigt val. Den stärker bilden av företaget som modernt och hållbart, vilket i sin tur påverkar både kundrelationer och möjligheten att attrahera medarbetare. Beteendeförändring och marknadsdrivkrafter går därmed hand i hand: erfarenheten bygger trygghet, tjänste- och förmånsbilar driver flödet och elbilen blir en symbol för framtidens mobilitet.

När man väl bytt, byter man inte tillbaka

Räckviddsoron är betydligt lägre bland de som kör elbil än bland de som ännu inte bytt. Även synen på laddning och kostnader är mer positiv hos elbilsägare. Det visar att flera av de hinder som upplevs innan köpet i praktiken blir mindre viktiga när man väl har egen erfarenhet.

Utöver det lyfter många elbilsägare fram fördelar som sällan syns i debatten: en tystare och mer komfortabel körupplevelse, snabb acceleration, avancerad teknik, bekvämlighet och lägre driftkostnader. För många blir elbilen en positiv överraskning som inte bara upplevs som ett hållbart val, utan också som ett kvalitetsval och ett steg mot en bättre bilupplevelse.



Tjänste- och förmånsbilar driver på och banar väg

Tjänste- och förmånsbilar är ett segment i stark tillväxt. Över 90 procent av företagen tror att de kommer ha lika många eller fler bilar framöver. Tillväxten är särskilt tydlig på förmånssidan där 40 procent av företagen räknar med ökning, jämfört med 30 procent på tjänstesidan. Samtidigt säger nio av tio företag

att andelen elbilar i segmentet kommer ligga kvar eller öka. Bland företag som redan har elbilar är optimismen ännu starkare – hälften av dem förväntar sig fler eldrivna förmånsbilar de närmaste åren. Större bolag går längst, både i volym och i omställningstakt.

40 %

av företagen förväntar sig
ha fler förmånsbilar inom två år.

30 %

av företagen förväntar sig
ha fler tjänstebilar inom två år.

Elbilen stärker företagsimage och attraktivitet

För företag handlar omställningen inte bara om klimatmål utan också om varumärke och attraktionskraft. Elbilsflottor ger företag en möjlighet att kombinera affärsnytta med hållbarhetskommunikation.

Elbilen är tyst, tekniskt avancerad, billigare att köra och laddas ofta hemma vilket är egenskaper som gör den till ett attraktivt val för många medarbetare. Samtidigt signalerar elbilen modernitet och ansvarstagande vilket kan stärka såväl kundrelationer som arbetsgivarvarumärke.





Norges elbilsmarknad

06

Stabila spelregler en nyckelfaktor

Norge fungerar som ett facit för hur en snabb elektrifiering kan gå till. Landets elbilsomställning är ett internationellt föregångsexempel och man ligger ungefär fem år före Sverige och visar hur marknaden utvecklas när elbilen blir norm. Skillnaden handlar inte om större behov eller bättre teknik, utan om tydliga och konsekventa spelregler.

Utvecklingen har drivits av starka ekonomiska incitament som varit stabila över tid: momsbefrielse, slopade registreringsavgifter, lägre vägskatt och bomavgifter samt investeringar i laddinfrastruktur. Men det är stabiliteten över tid som har byggt förtroendet som gjort omställningen trygg.

Under första halvåret 2025 bestod 94 procent av nybilsförsäljningen i Norge av elbilar (ej hybrid). I Sverige prognostiserar Mobility Sweden att vi kommer landa på 40 procent elbilar under 2025. Den här skillnaden beror inte på teknik, utan på tillit. De senaste årens kursändringar kring elbilstöd, bonusar och laddinfrastruktur har skapat osäkerhet bland svenska konsumenter. När spelreglerna ändras ofta blir även generösa stöd mindre värda då de uppfattas som tillfälliga och osäkra.

Det norska exemplet visar också att det är användning – inte bara information – som bygger förtroende för tekniken. Trygghet växer genom vardaglig erfarenhet: att batteriet håller, att laddningen fungerar och att bilen är enkel och smidig att använda.

Särskilt intressant är att begagnade elbilar inte väcker någon större oro i Norge. Tvärtom är inställningen positiv, särskilt bland dem som redan äger en elbil. Det visar att förtroendet för tekniken har vuxit i takt med erfarenheten och att breddad användning är en nyckel till en trygg omställning.



Långsiktighet skapar trygghet och fart

För att hushåll och företag ska våga investera i elbilar krävs stabila spelregler. Norge visar hur viktigt det är. Där har politiken varit konsekvent över tid med tydliga och långsiktiga incitament.

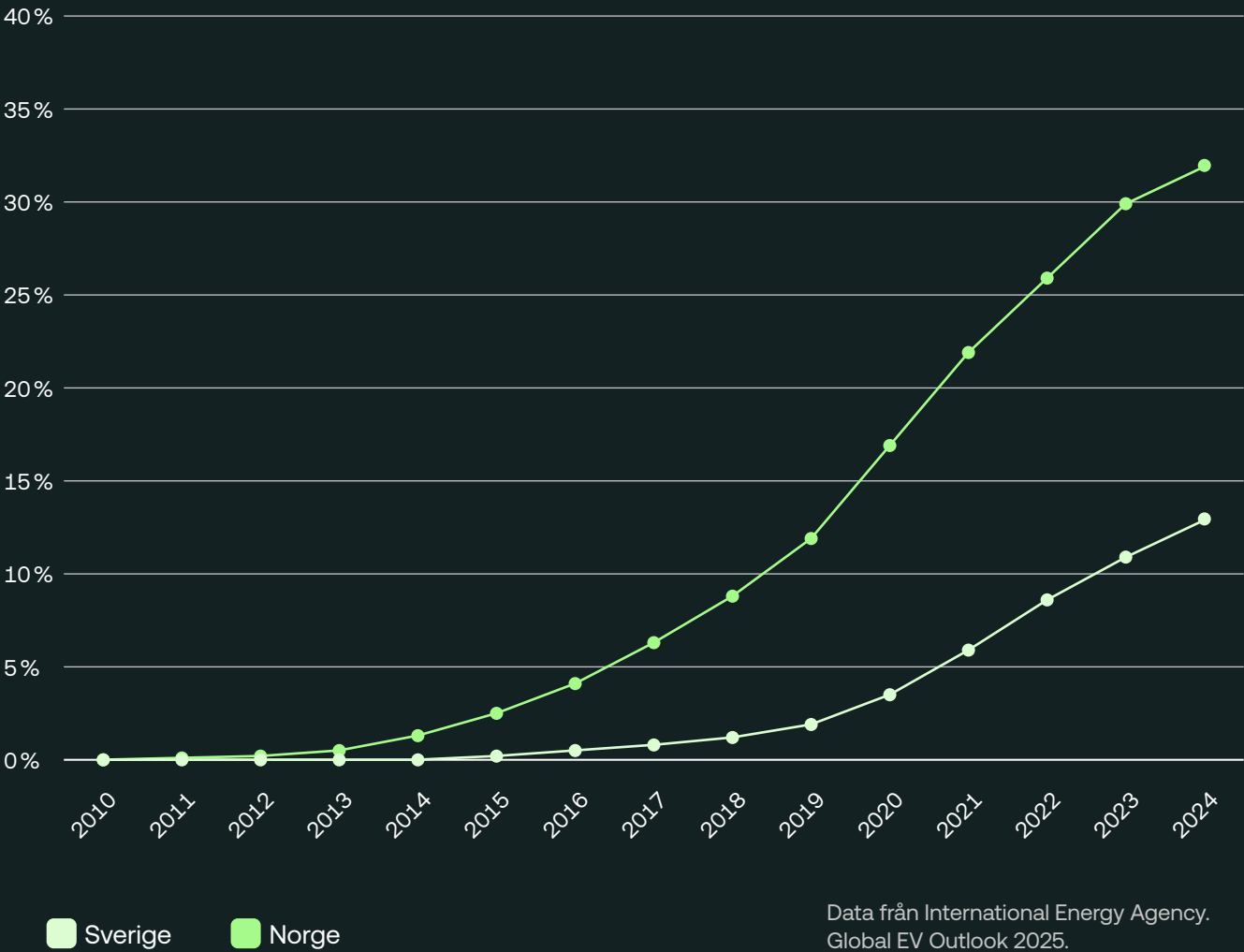
Redan tidigt infördes en rad kraftfulla fördelar som gjorde elbilen till det mest attraktiva valet: momsbefrielse, slopade registreringsavgifter, lägre vägskatt, gratis parkering, tillgång till bussfiler och slopade bomavgifter. Dessa ekonomiska incitament sänkte tröskeln

för hushåll och företag att välja elbil – och försäljningen tog fart. När elbilen blev billigare att köpa, billigare att äga och enklare att använda, blev den också ett logiskt val för allt fler.

Det är inte enskilda stöd som har gjort skillnaden, utan förtroendet för att villkoren ska gälla över tid. Stabiliteten har skapat trygghet för både hushåll och företag att ta steget och lett till att andelen elbilar i nybilsförsäljningen i Norge nu är på nivåer långt över de svenska.



Andelen bilar i den befintliga fordonsflottan som är elektriska eller laddhybrider



Användning slår information

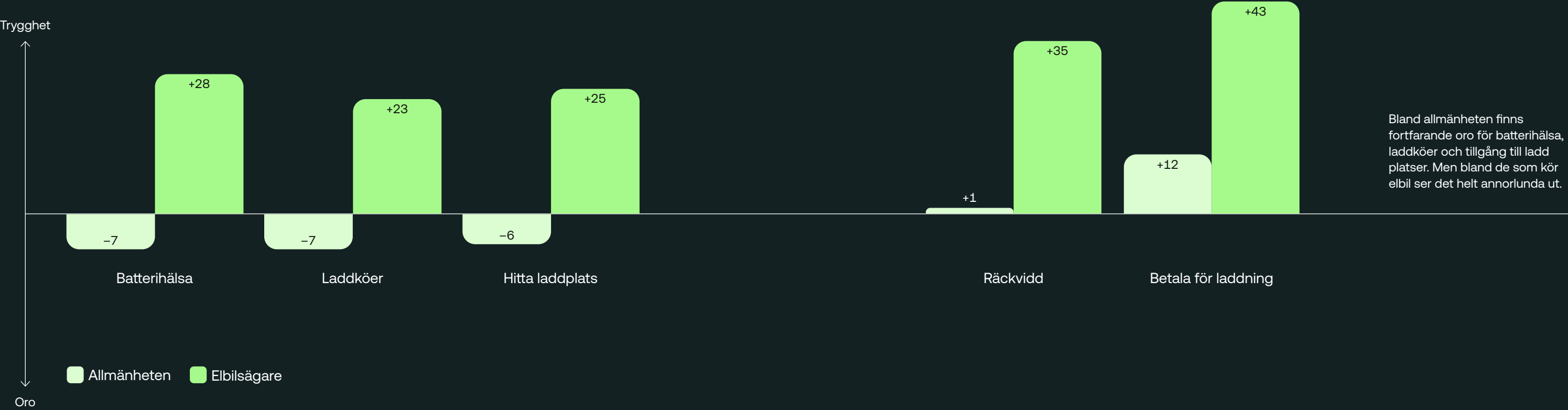
Det är först när elbilen blir en del av vardagen som oron släpper. Norge visar detta tydligt. Där elbilen är norm upplever bilister betydligt färre hinder. Det handlar inte om att informationen är bättre utan om att fler har praktisk erfarenhet. Det är användningen – inte kommunikationen – som förändrar bilden.

I Sverige finns fortfarande en utbredd oro kring batterihälsa, laddköer och tillgång till laddplatser. Men jämför man med de som

redan kör elbil ser man en helt annan verklighet. Elbilsägare upplever att batteriet håller, att laddningen fungerar och att bilen är enkel att använda. Den praktiska erfarenheten gör att tidigare hinder uppfattas som betydligt mindre.

Ju fler som kör elbil, desto fler får möjlighet att själva uppleva att tekniken fungerar – och desto snabbare minskar oron.

Erfarenhet förändrar bilden – upplevd oro eller trygghet kopplad till elbil



Begagnatmarknaden som indikator på trygghet

I Norge har elbilen blivit en självklar del av vardagen, något som märks även på begagnatmarknaden. Där möts begagnade elbilar av en positiv inställning, särskilt bland de som redan äger elbil. Det tyder på att tekniken har etablerat sig, att förtroendet är högt och att erfarenheterna från nybilsköp har spillt över till andrahandsmarknaden.

När elbilen blir norm förändras attityderna – inte bara till nybilsköp, utan till hela marknaden. En mogen begagnatmarknad är ett tydligt tecken på att elektrifieringen har gått från att uppfattas som något nytt och osäkert till att betraktas som etablerat och pålitligt.





Tung trafik
och åkerier

07



Tung trafik står inför sitt stora skifte

Elektrifieringen av tung trafik befinner sig fortfarande i en tidig fas men utvecklingen går framåt. Stora åkerier leder vägen genom att testa ny teknik, driva på utbyggnad av laddinfrastruktur och dra lärdomar av sina erfarenheter. Deras storlek och resurser gör att de kan ta lite mer risk, men för mindre aktörer blir trösklarna högre. Ett felköp av en el-lastbil kan få stora ekonomiska konsekvenser, vilket gör att stödstrukturer och finansieringslösningar blir avgörande för en bredare omställning.

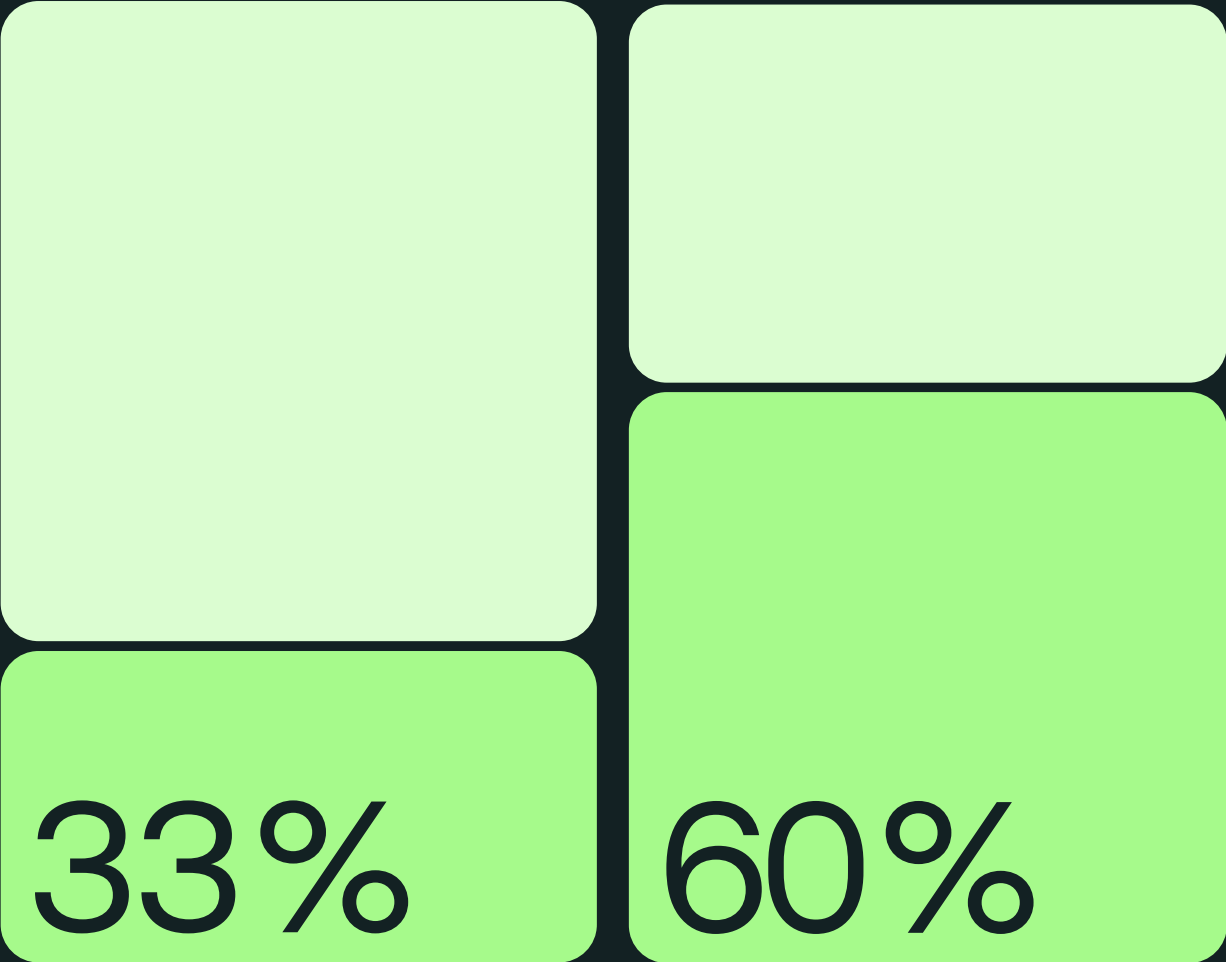
De företag som redan investerat i el-lastbilar rapporterar tydliga fördelar: lägre driftkostnader, mindre servicebehov, bättre arbetsmiljö för förarna och stärkt företagsimage. Samtidigt har hindren som ofta lyfts fram – höga inköpskostnader, laddtider och bristande infrastruktur – i praktiken mindre påverkan i realiteten. Få transporter behöver ställas in på grund av laddning och missnöjet bland de som faktiskt testar är mycket lågt.

Efterfrågan spelar också en viktig roll. När kunder, transportköpare och marknaden ställer tydliga krav på eldrift ökar incitamenten för åkerierna. I dag påverkas nästan hälften av företagen av sådana krav, men ofta är de svaga eller otydliga. Skarpa krav på eldrift i upphandlingar kan bli en katalysator som påskyndar omställningen i hela branschen.

Stora åkerier går före

Stora åkerier har både resurser och flexibilitet att testa el-lastbilar. De kan sprida kostnader, bygga upp infrastruktur gradvis och dra lärdomar utan att hela verksamheten riskeras. Mindre företag däremot behöver tydligare stöd eller skarpare kravställning för att våga ta steget.

Så många tror att de kommer ha fler tunga elfordon framöver



Generellt

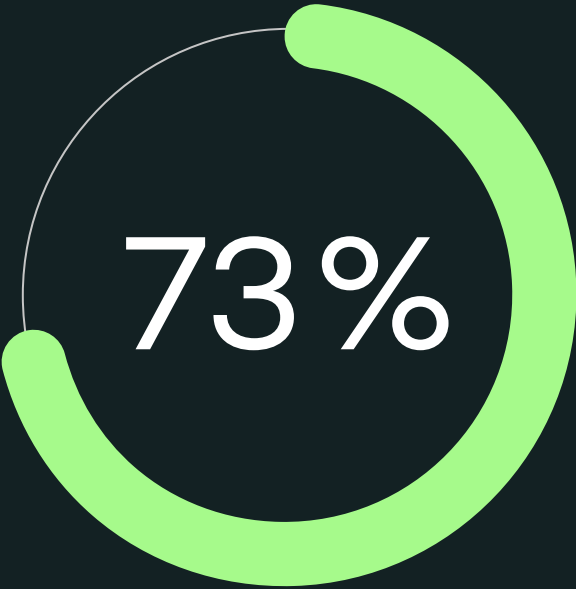
Stora företag

Eldrivna lastbilar ger tydliga fördelar

Företag som redan använder eldrivna lastbilar rapporterar flera konkreta vinster. Den mest påtagliga är arbetsmiljön där 73 procent uppger att den har förbättrats. Förarmiljön är renare och tystare vilket minskar stress och gör arbetet mer attraktivt.

Företagen ser samtidigt att omställningen stärker deras varumärke då kunder och samarbetspartners uppfattar dem som mer moderna och hållbara. De eldrivna lastbilarna har också lägre driftkostnader och mindre servicebehov än motsvarande fossilfordon.

Andel av förare som tycker att eldrivna lastbilar ger bättre arbetsmiljö



Nästan ingen ångrar sin investering

De företag som tagit steget till eldrivna lastbilar upplever att farhågorna varit överdrivna. Endast fem procent säger att de ångrar att de testat el-lastbilar. För majoriteten har det som först uppfattades som hinder – högre inköpspris, laddtider eller oro för räckvidd – i praktiken visat sig vara mindre problem än väntat. Erfarenheterna pekar mot att steget till eldrivna lastbilar inte bara är möjligt, det är också positivt för de flesta som provar.



Krav accelererar marknaden

Nästan hälften av åkerierna uppger att de påverkas av krav från kunder, marknad eller upphandlingar. Men kraven är ofta otydliga, det räcker inte att tala om "hållbarhet" eller "miljöförbättring". För att skapa tydlighet behöver krav på eldrift skrivas in tydligt i beställningar och upphandlingar.

43 %

Så många åkerier upplever att kunder, marknad eller upphandling ställer krav på eldrift.

Metodik

Mobilitetsrapporten 2025 bygger på fem delstudier som genomfördes under för-sommaren 2025. Undersökningarna har haft olika fokus och målgrupper men samtliga bidrar med relevanta perspektiv på mobilitet och elbilsanvändning.

Målgruppsanpassad undersökning om mobilitet och elbil

Privatpersoner i Sverige

- 2 089 intervjuer
- Riksrepresentativt urval, 18–80 år
- Norstats webbpanel, veckorna 20–22

Företag i Sverige

- 317 intervjuer
- Respondenter med ansvar för bilflotta och mobilitet
- Norstats webbpanel, veckorna 20–23

Åkerier i Sverige

- 300 intervjuer med chefer (VD, inköp, ekonomi)
- Slumpmässigt urval av åkerier med minst en tung lastbil
- Telefonintervjuer, veckorna 21–26

Conjoint-studie om betalvilja för elbilens egenskaper

- 501 intervjuer med privatpersoner som är i marknaden för att köpa eller leasa begagnad elbil
- Genomförd av Refina, veckorna 20–22

Referensstudie i Norge

- 806 intervjuer med privatpersoner, 18–80 år
- Riksrepresentativt urval
- Norstats webbpanel, veckorna 24–25

Analys och bearbetning

Datamaterialet har analyserats både samlat och i relevanta nedbrytningar utifrån målgrupp, attityder och beteenden. För att fördjupa förståelsen har vi även använt AI-baserade metoder för att analysera öppna svar. Vissa insikter har relaterats till andra externa undersökningar samt till föregående års Mobilitetsrapport (2024), vilket möjliggör jämförelser över tid och mellan marknader.



Ziklo Bank AB (publ), Göteborg
Org.nr 556069 0967
ziklo.com

The
Mobility
Bank **Ziklo**