

Guide för utveckling av bilpooler



Att lyckas med bilpooler: Vägen till välfungerande delad mobilitet

Syftet med denna guide är att genom råd och tips rörande upphandling, utformning och drift hjälpa aktörer att etablera och driva välfungerande bilpooler. Guiden har tagits fram som en del av projektet Effektiva beteendeförändringar för ökat nyttjande av delade mobilitetslösningar som har studerat beteendeförändrande lösningar för att öka användningen av bilpooler.

Målgruppen för denna guide är aktörer som är intresserade av att etablera en bilpool som en del av sin verksamhet — särskilt allmännyttan, kommuner och fastighetsaktörer.



Övergripande framgångsfaktorer

Syftet med en bilpool är att **erbjuda folk tillgång till en bil utan ägande**, både för privat bruk och i tjänsten. Bilpooler kan användas av privatpersoner som inte äger en egen bil och av företag som vill minska sin fordonsflotta men fortfarande erbjuda sina anställda tillgång till en bil.

Placering – avgörande för framgång

För att skapa en ekonomiskt hållbar bilpool **krävs flera personer i bilpoolens närhet** som har behov av tjänsten och känner till att den finns.

Viktiga riktlinjer för placering:

- **50 lägenheter per bilpoolsbil** i bostadsområden
- **P-tal under 0,6** skapar bra förutsättningar för en lyckad bilpool
- **Maximalt 400 meters promenad** — optimal placering är där flest kunder naturligt passerar. Studier visar att intresset minskar markant om bilpoolen är längre bort från kunden
- **Synlighet** bidrar till att användaren känner till att bilpoolen finns och är tillgänglig.

Öppen eller stängd bilpool

Bilpooler kan vara **öppna för alla** eller begränsade till en viss användargrupp. För bästa ekonomiska hållbarhet rekommenderas att alla som vill använda bilpoolen har möjlighet att göra det.

Vid hög beläggning i en öppen bilpool är det bättre att **lägga till en ytterligare bil** än att begränsa tillgången — detta maximerar både nyttjandegrad och ekonomisk hållbarhet.

Kommunikation – nyckeln till framgång

Kommunikation är avgörande för bilpoolens framgång. För att bilpoolen ska lyckas är det kritiskt att målgruppen är medveten om att bilpoolen finns för dem att använda och förstår dess fördelar.

Viktiga budskap att kommunicera

- **Att tjänsten finns tillgänglig** för målgruppen
- **Hur bilpoolen fungerar i praktiken** — bokning, hämtning, återlämning
- **Vilka fördelar bilpool har jämfört med att äga en egen bil.**

Kommunikationsstrategi

- **Ta fram en kommunikationsplan** för att säkerställa kontinuerlig, inte sporadisk, kommunikation
- **Använd flera kanaler:** e-post, app-notiser och fysiska flyers och fysisk närvaro för att nå ut
- **Kontinuitet är viktigt** — kommunikation ska inte vara en enstaka insats.

Som en del av projektets pilot som genomfördes tog Göteborgs Stads Bostads AB (Bostadsbolaget) tillsammans med OKQ8 fram kommunikationsmaterial som delades med hyresgäster, vilket visade sig vara en framgångsfaktor för ökad användning.



Exempel på skylt vid bilpool.



Informationsutskick via Bostadsbolagets app till deras hyresgäster.



Trycksaker med räkneexempel som delades till hyresgäster.



Samarbetsmodeller som fungerar

Lokal förankring skapar framgång

Framgångsrika bilpooler bygger ofta på **samarbete mellan bilpoolsleverantörer och lokala aktörer** med stark förankring, som allmännyttan eller kommuner.

Fördelar med lokal samarbetspartner:

- God lokalkännedom och kunskap om området
- Kunskap om vilka platser som lämpar sig bäst för bilpooler
- Etablerade kommunikationskanaler till målgruppen
- Naturliga kontaktytor vid inflytt och andra tillfällen

dELbil i Kalmar är ett utmärkt exempel på hur stark lokal förankring bidrar till en välfungerande bilpool — där lokal förankring varit avgörande för framgången.

Delad risk och delat ansvar

Beroende på upplägget mellan beställaren och bilpoolsleverantören kan de **dela såväl på fasta kostnaderna som på intäkterna** från bilpoolen. Med ett upplägg där intäkterna och kostnaderna delas mellan aktörerna skapas incitament för båda aktörer att driva upp användningen.



Affärsmodeller och ekonomiska aspekter

Intäkts- och riskdelning

Intäktsdelning har visat sig vara framgångsrikt för att skapa incitament för alla inblandade aktörer att öka användningen av bilpoolen. Intäktsdelning innebär att aktörerna delar på de rörliga intäkterna från bilpoolens nyttjande.

Fördelar med intäktsdelning:

- Gynnar alla parter vid hög nyttjandegrad
- Bygger långsiktighet i samarbetet
- Skapar starka incitament hos alla parter att driva upp användningen
- Ger tydlig koppling mellan marknadsföringsinsatser och resultat.

Viktigt vid upphandling

- **Ta hänsyn till intäktsfördelning redan vid upphandlingen** — att införa detta i efterhand begränsar möjligheterna kraftigt eller gör det omöjligt
- För offentliga aktörer: Vid intäktsdelning blir upphandlingen en koncessionsupphandling som lyder under Lagen om upphandling av koncessioner (LUK).

Samnyttjande mellan aktörer

Det är också aktuellt att utforska möjligheten att **samnyttja bilpooler mellan flera aktörer**. Kommuner, allmännyttiga fastighetsbolag, bostadsrättsföreningar och företag kan gå in i ett samarbete där:

- Risker vid etableringen och drift delas
- Potentialen för hög beläggning blir större
- Fler användare skapar bättre ekonomiska förutsättningar.

Kostnadsdifferentiering

Det är möjligt för beställaren att bilpoolsleverantören **differentierar kostnaderna** för bilpoolen utifrån läge vid upphandling/offert. I attraktiva lägen ska fasta kostnader vara lägre och representera bilpoolens förväntade beläggning.

Juridiska aspekter att beakta

Vid upphandling av bilpoolstjänster finns flera juridiska aspekter att ta hänsyn till. **För rättssäker upphandling rekommenderas juridisk analys**, särskilt vid utformning av avtal och affärsmodeller.

Kritiska juridiska områden

- **Statsstödsregelverket:** Offentlig finansiering av bilpooler kan utgöra otillåtet statsstöd om det gynnar vissa marknadsaktörer. Öppen och icke-diskriminerande upphandling minskar denna risk.
- **Likställighetsprincipen:** Alla kommunmedlemmar ska behandlas lika. Om avgifterna för en upphandlad bilpool avviker från kommersiella alternativ kan det snedvrider konkurrensen. Tydlig geografisk och affärsmässig avgränsning bidrar till rättvis konkurrenssituation.
- **Konkurrensrättsliga aspekter:** Upphandlingen kan bli föremål för granskning om den leder till konkurrenshämmande effekter genom exempelvis underprissättning eller långsiktiga avtal som begränsar marknadens dynamik.

Krav och förväntningar mellan aktörer

Beställarens krav på leverantören

Uppföljning och rapportering.

Beställaren behöver regelbunden information om bilpoolens drift för att kunna följa upp och förstå hur bilpoolen nyttjas. Detta bör göras på kvartalsavstämningar med information om:

- Bilarnas beläggning
- Användningsstatistik (antal resor, användare, distans)
- CO2-utsläpp för klimatuppföljning.

Användarstöd och kunskapsspridning

Det är viktigt att bilpoolsleverantören **är med på öppet hus, visningar** och delar ut informationen om hur bilpoolen fungerar. Detta är aspekter som är viktigt att ha med redan vid upphandling. Projektets beteendeanalys visade att **bristande kunskap om hur en bilpool fungerar var ett betydande hinder** — vissa slutanvändare önskade en fysisk visning av hur det fungerar.

Leverantörens krav på beställaren

Upphandlingsvolym och skala

Bilpoolsleverantörerna föredrar att beställaren **utför upphandlingar i större skala** — upphandling för flera enskilda bilpooler samtidigt, om möjligt, och inte färre än två bilar per bilpool.

Tydlig områdesinformation

Beställaren bör vara tydlig med vilka områden upphandlingen omfattar, eftersom detta påverkar upphandlingen och potential till intäkter. Relevant information inkluderar:

- P-tal i området
- Demografi och lägenhetsfördelning
- Närhet till kollektivtrafik
- Tillgång till laddning för elbilar.

Aktivt deltagande i marknadsföring

Beställaren ska vara med och **marknadsföra tjänsten** till sina boende och bidra med lokal insikt. Konkreta förväntningar:

- Skapa en kommunikationsplan tillsammans med bilpoolsleverantören
- Sprida information via etablerade kanaler (appar, webb, nyhetsbrev)
- Ta fram egen kommunikation i beställarens manér
- Arrangera informationsevent där leverantören kan delta
- Utse en ansvarig kontaktperson för kommunikation.

Praktiska tips från verkligheten

Råd från Anna Zajc, Bostads AB Poseidon

Anna Zajc, Verksamhetsutvecklare inom Mobilitet på Bostads AB Poseidon, som varit delaktig i projektet, delar här praktiska erfarenheter:

1. Alternativ till upphandling

"I många områden kan bilpoolsleverantörer gå runt endast på intäkterna från användarna."

På dessa platser kan goda förutsättningar skapas genom att:

- Erbjuder parkeringsplatser för uthyrning
- Skylta tydligt
- Informera boende om bilpoolens existens.

2. Viktiga beslut inför upphandling

Stängd eller öppen bilpool:

- **Stängd pool:** Endast för förutbestämd grupp — fördel är hög tillgänglighet för målgruppen
- **Öppen pool:** Tillgänglig för alla i området — fördel är högre nyttjandegrad, bättre lönsamhet och lägre kostnad för beställaren.

Intäktsdelning — för och nackdelar:

- **Fördelar:** Interna incitament för marknadsföring, tydlig koppling mellan insats och resultat, fakturan blir ett "kvitto" på hur väl marknadsföringen fungerat
- **Nackdelar:** Inte alla leverantörer accepterar modellen, kan kräva högre fasta kostnader.

3. Förberedelse och kravställning

Genomför marknadsdialoger för att förstå leverantörernas perspektiv. Relevanta frågor att kartlägga:

- Inställning till intäktsdelning
- Tillgång till el- och fossilbränslefordon
- Hantering av elladdning och debitering
- Service och underhåll
- Snabb ersättning vid driftstopp
- Vad leverantören förväntar sig för att samarbetet ska leda till hög nyttjandegrad.

Lär av andra: Studera andras upphandlingar och ta kontakt med organisationer som genomfört liknande projekt. Vilka avväganden gjordes och vilka resultat gavs?

4. Analysera egna specifika behov

- Var ska bilarna stå?
- Vilken typ av område och målgrupp?
- Finns mobilitetsavtal med specifika krav?
- Särskilda krav på medlemskap eller fordonstyper?

Slutsats — framgångsfaktorer sammanfattat

En välfungerande bilpool kräver:

1. **Rätt placering** — nära användarna, synlig och tillgänglig
2. **Stark kommunikation** — kontinuerlig, flerkanalig och tydlig
3. **Lokalt samarbete** — förankring och kunskap om området
4. **Rätt affärsmodell** — delade incitament och ekonomiska risker
5. **Tydliga krav och förväntningar** — från båda parter i samarbetet
6. **Juridisk medvetenhet** — för att säkerställa regel efterlevnad
7. **Praktisk förankring** — lär av andra och anpassa till lokala förhållanden

Referenser

1. **Bilpools definition:** Samnyttjande av ett fordon under kortare tid, som kräver B-körkort för att framföras. Fordonet är registrerat för uthyrning med självbetjäning vid bokning, upphämtning och återlämning.
2. **Projektrapport:** Effektiva beteendeförändringar för ökat nyttjande av delade mobilitetslösningar [Referens att läggas till före publicering]
3. **dELbil Kalmar:** <https://kalmarenergi.se/el/delbil/>
4. **Mer information om koncessionsupphandlingar:** <https://www.upphandlingsmyndigheten.se/regler-och-lagstiftning/luk/vad-ar-en-koncession/>