

Sammanfattning från kvalitativ rapportering Insatsprojekt Hållbara Transporter 2018–2019

Kommunala energi- och klimatrådgivningen

2019-12-19

Innehåll

Bakgrund	3
Rådgivningsmöte	3
Seminarium	4
Monter	5
Studiecirkel	7
Media	7
Förbättringsförslag.....	8
Övriga kommentarer.....	9

Bakgrund

Insatsprojektet består av uppsökande aktiviteter som utförs av Sveriges kommunala energi- och klimatrådgivare inom ett visst ämnesområde under en avgränsad tidsperiod. Föreliggande projekt handlar om hållbara transporter och rådgivningens aktiviteter går ut på att öka målgruppernas kunskaper så att de kan göra mer informerade beslut om transporter. Projektet har två spår; Laddplatser och Hållbara resvanor. För mer detaljerad information, se projektplan. Projektledningen för Insatsprojekt Hållbara Transporter har legat på Elin Törnwall, Energikontoret i Mälardalen.

Nedan följer den kvalitativa sammanfattningen från rapporteringstillfälle 1 och 2 från Energi- och klimatrådgivarna inom Insatsprojekt Hållbara transporter 2018–2019. Sammanfattningen består av rådgivarnas egna kommentarer om projektets olika delar för båda spåren Laddplatser och Hållbara resvanor.

Rådgivningsmöte

Det vanligaste sättet för rådgivarna att komma i kontakt med företag och föreningar när det gäller rådgivningsmöte är när dessa själva kontaktar rådgivningen. Då behöver dock kännedom om rådgivningen redan finns hos företaget eller föreningen. Mail och telefonsamtal är de vanligaste sätten som rådgivningen blir nådd på från dessa målgrupper. Flest frågor har kommit från bostadsrättsföreningar som haft blandade frågor om laddplatser. Det är vanligt att det blir ett uppsving för rådgivningen efter marknadsföringskampanj eller efter ett seminarium/temakväll. Regler, produktval och finansiella stöd präglar de flesta samtal.

Rådgivarna själva har haft fokus på att kontakta bostadsrättsföreningar då de lättare tar sig tid att lyssna och är i behov av gratis hjälp, jämfört med företag. Oftast bestämmer rådgivarna, över telefon, en tid och dag för möte på plats. Listan över bostadsrättsföreningar som ligger på Kontakten har många rådgivare använt sig av. Responsen är generellt god och målgruppen är tacksam över kostnadsfri, opartisk hjälp. När det gäller spåret Laddplatser, finns det i de flest fall få eller inga elbilar inom föreningen i dagsläget, men medlemmarna funderar på att köpa en och vill då säkerställa att de kan ladda den vid sin parkering. Rådgivarna har märkt att det skett en viss ökning av intresset för elbilar och laddning mellan 2018 och 2019, vilket troligtvis beror på att elbilar fått stort medialt intresse det senaste året. De största svårigheterna kring elbilar har varit batteriernas miljöpåverkan ur ett livscykelperspektiv samt räckviddsångest. Målgruppen behöver övertygas om att det är mer klimatsmart att köra elbil i Sverige, jämfört med fossilbil, även om batteritillverkningen har en stor klimatpåverkan.

I samband med redan inplanerade företagsbesök passar en del rådgivare på att prata om laddplatser. Många efterfrågar råd kring produktval, vilket är svårt att förhålla sig till då rådgivarna ska vara opartiska. Det finns ännu inte många tester på hårdvarorna som man kan hänvisa till. Större delen av rådsökande har frågat om information om bidrag, både vilka som kan söka Ladda-hemma-stödet och Klimatklivet.

Många rådgivare tycker att det är svårare att väcka intresse för transporter, jämfört med solceller. Det finns ett större motstånd att byta ut sin bil eller ändra sin resvana jämfört med att skaffa solceller. En ändrad resvana tycker många är något negativt i början, medan en investering av en solcellsanläggning mest är positivt. Många rådgivare tycker att seminarium och monter är ett lättare sätt att komma i kontakt med rådsökande än att försöka planera in rådgivningssamtal. Kombinationen Laddplatser och

Solel fungerar bäst, tycker många rådgivare. Samfälligheter är svåra att hantera när det gäller frågor kring installation av laddbox på grund av ägandeformen.

Generellt är finansiella stöd, än så länge, viktiga när det kommer till laddplatser och elbilar. Rådgivningen märker ett ökat intresse när det finns ekonomisk hjälp att få. De stöd som rådgivarna har arbetat mest med är Klimatklivet och Ladda-hemma-stödet, och under hösten 2019 även de omgjorda stöden hos Naturvårdsverket *Ladda bilen - bidrag för laddstation* mot privatpersoner, anställda och boende i flerbostadshus.

Rådgivarna hade gärna sett att även privatpersoner var en av målgrupperna när det gäller rådgivningsmöte, likt projektet Solel har fördjupat stöd. Ett annat hinder som många såg efter att Klimatklivetansökan stängt var att det väldigt svårt att informera om stödet, då de inte visste när eller om ansökan öppnade igen. Klimatklivet är väldigt intressant för både föreningar och företag.

Inom Hållbara resvanor har det varit svårt att boka in företagsbesök för att prata om resepolicy och riktlinjer för resor i tjänst. Några kommuner har haft större framgång. Till exempel har rådgivningen i Linköping varit ute hos flera företag för att prata om mötes- och resepolicy. Deras tillvägagångssätt var att gå igenom en Powerpointpresentation med information om resepolicy och konkreta exempel på innehåll kopplat till det aktuella företaget. Två tredjedelar av företagen uppdaterade eller skapade en resepolicy.

Några kommuner som har arbetat med Hållbara resvanor har haft fokus på cyklar, elcyklar och lådcyklar. Utlåning av cyklar har skett för att målgruppen ska ha möjlighet att testa en hållbar arbetspendling. Det har varit god spridning av åldrar, från barnfamiljer till äldre.

Enstaka kommuner har arbetat med diplomering av cykelvänlig arbetsplats, som en del inom insatsprojektet. Diplomeringen ställer krav på att företag uppfyller kriterier på sin arbetsplats som underlättar cykling. Detta har lett till diskussioner med anställda och chefer om deras resvanor. Det har också lett till exempelvis genomförda resvaneundersökningar och faktiska åtgärder.

Seminarium

I princip samtliga rådgivare har anordnat seminarier med bra framgång på olika sätt. Beroende på vart i landet man ligger är intresset mer eller mindre stort. Kunskapen om laddning, elbilar och dess infrastruktur är ännu relativt låg bland målgruppen och det är därför tacksamt att höja kunskapsnivån genom seminarier i olika former. Seminarierna har överlag varit mycket uppskattade av deltagarna och har bidragit till bra diskussioner och erfarenhetsutbyte.

Många rådgivare har först haft en presentation om laddning och elbilar, många gånger utifrån den presentation som finns under arbetsmaterial på Kontakten. Detta gav en bra överblick och ett utgångsläge för frågor och vidare diskussion. Därefter följde antingen en öppen diskussion i seminarieform eller en presentation av en expert inom området. Denna kunde sedan svara på mer specifika och tekniska frågor. Ett gott exempel i form av en privatperson som faktiskt har installerat en laddbox och kör elbil har varit uppskattat, alternativt en förening som har installerat laddstationer. Under många seminarier, som rådgivarna hållit i, har det funnits flera utställare/återförsäljare av laddboxar på plats för minimässa.

Laddplatser är för många människor tyvärr inte lika intressant som solel, enligt rådgivarna. Privatpersoner, föreningar och företag blir dock mer intresserade av laddplatser efterhand som de får information och kunskap. Kombinerad föreläsning på temat solenergi och laddplatser kändes för

många rådgivare som en bra blandning. De människor som har ett intresse för solceller får då höra möjligheterna med en laddbar bil och vice versa.

Villaföreningars och bostadsrättsföreningars årsmöten har några rådgivare bjudit in sig själva till. Detta har fungerat bra eftersom många människor redan är samlade och dessutom ofta intresserade av information.

Företagsfrukostar med energitema har några rådgivare jobbat med, både kombinerat med Energikontor och andra aktörer inom energibranschen. Flera rådgivare har samarbetat med företag som säljer laddboxar, där säljaren pratade om hur man arbetar med att installera laddstolpar samt hur företag bör tänka när de ska sätta upp egna laddplatser och skaffa elbilar. Rådgivaren har då kunnat stå för den mer oberoende informationen. Att samarbeta med flera olika parter fungerar i regel mycket bra. Ett lyckat koncept mot företag verkar vara att föreläsningen innehåller information från laddoperatörer, ett gott exempel på företag som satt upp laddplatser samt Länsstyrelsen som berättar om Klimatklivet och energirådgivningen som presenter sin roll. Svårigheterna kan vara att hitta en god ambassadör i den egna kommunen.

De vanligaste sätten att bjuda in till seminarium har varit genom annonsering på sociala medier och i tidningar, både gratis och betalda. Några har även annonserat genom att skicka ut fysiska brev, detta gäller främst bostadsrättsföreningar där rådgivare använt listor tillhandahållna av projektledningen inom insatsprojektet. Både små och stora föreningar visar intresse och åldern bland deltagarna är oftast varierande när det gäller bostadsrättsföreningar. Det är dock relativt resurskrävande med marknadsföring och bemanning av event. Många rådgivare tycker att det är positivt att man håller seminarier tillsammans regionalt.

Många rådgivare anordnade aktiviteter under Trafikantveckan, både 2018 och 2019. Trafikantveckan hålls varje år den 16–22 september och är ett europeiskt initiativ för att uppmärksamma transportfrågor. Att hållbara transporter lyfts upp i media och får ett ökat fokus gör arbetet för rådgivarna lättare. Seminarier i kombination med minimässa var då det vanligaste.

Inom Hållbara resvanor är inte seminarium lika vanligt. Linköpings kommun har kontaktat idrottsföreningar för att undersöka om seminarium på exempelvis ett föräldra- eller styrelsemöte kan vara av intresse. Åtvidaberg har haft seminarium i samband med Earth Hour tillsammans med Svenska kyrkan och Åtvidabergs fotoklubb. Deras reflektion var att det var bra att samarbeta kring ett sådant event för att få ihop ett seminarium och tack vare samarbetet kom besökare från olika målgrupper.

Svårigheter med seminarium är att locka besökare att delta, tycker många rådgivare. Trots ordentlig marknadsföring av eventen har vissa föreläsningar inte lockat många. Det blir då många timmar som går till spillo på grund av att det är tidskrävande att organisera. Det kan då istället vara idé att samarbeta med större arrangörer som lockar människor och bli en del av ett större event, vilket många rådgivare också har gjort.

Monter

Att stå i monter är något som de flesta rådgivare har gjort inom insatsprojektet, främst med positivt resultat. Generellt når man många människor på kort tid och får ofta ett mer fördjupat samtal med dem. Oftast är människor där för att de är intresserade av mässan och då även de montrar som finns på plats. Detta är alltså ett enkelt och tacksamt sätt att synliggöra rådgivningen. Information om bidrag för installation har blivit som en morot för att installera laddstolpar för privatpersoner såväl som för

företag och föreningar. Broschyrer om laddplatser och information om laddning är tacksamt för radsökande.

Många rådgivare har kombinerat Solel och Laddplatser, och även elfordon för att locka intresse hos besökarna. Många rådgivare uttrycker att det inte är speciellt svårt att få låna elcyklar och/eller elbilar för att de ska kunna testas. Den första kontakten med människor är oftast svårast, vilket gör elfordon lämpligt vid monter. Att samtidigt även ha med solceller och synliggöra flera saker inom rådgivningens uppdrag gör att fler människor kan få upp ögonen och komma och prata. Att ha med laddstolpar eller laddboxar är bra då besökarna lägger märke till dessa och kommer fram och är nyfikna. Rådgivarna har då kunnat komma fram och samtala samt delat ut information.

Aktiviteten monter, och även seminarium, verkar vara den vanligaste aktiviteten där rådgivare från flera kommuner har samarbetat. Vissa monterplatser brukar vara dyra och det handlar om många bemanningstimmar, vilket gör det smidigt att flera kan dela på dessa. Att bjuda på något ätbart, dela ut give-aways eller ha en tävling är i de flesta fall lyckat.

Svårigheter som finns i samband med montrar är att locka besökare närmre och starta samtal. Att ha med saker som fungerar som "ice breaker" är viktigt. Vanligast har varit laddboxar, laddstolpar och olika elfordon. En del rådgivare, som har jobbat med spåret Laddplatser, har använt sig av elcykel vid mässa för att locka in besökare till montern. Även om elcykel inte är en bil är det ett laddbart fordon och det blir i många fall lättare att börja prata med besökarna. De flesta som provar en elcykel tycker att det är roligt. För de rådgivare som har haft möjlighet att låta människor provköra elbil gäller samma sak; många tycker att det är väldigt roligt.

Om det varit en mindre mässa, där rådgivarna har varit delorganisatörer, finns stora svårigheter att locka besökare till mässan överhuvudtaget. Då behöver annonseringen vara ordentlig och det behöver finnas attraktiva utställare. Även platsen för montern och tid kan vara avgörande för hur lyckat det blir. Att få människor att förstå att rådgivningen inte är några försäljare är en annan utmaning. Om mässan är utomhus är det väldigt väderberoende hur många besökare det blir. Kombinationen monter och seminarium tycker en del rådgivare fungerar bra då man kan locka med känd person inom ämnet. T ex bjöd Norrköpings rådgivare in meteorologen Per Holmgren som pratade om vikten av att transportera sig på ett mer hållbart sätt.

En annan svårighet med just laddplatser är att de flesta ännu inte äger en elbil och därför kan vara svåra att nå. Dock är det ett ämne som intresserar många och de som går i elbilstankar är väldigt intresserade av att skaffa sig mer information. En del rådgivare uttrycker att en kombination mellan laddplatser och elfordon hade varit lyckad.

Linköpings kommun har tagit fram cykelkartor, vilket har varit mycket bra för rådgivningen att dela ut vid montrar och på så sätt kommit igång att konversera. De har även satsat på vikcyklar och elcyklar för att komma igång och prata om hållbart resande. Att vara i sammanhang där det är positivt andas gör det enkelt att lyfta arbetet med att inspirera till hållbart resande. Till exempel hade Linköpings rådgivare en monter vid invigning av ny aktivitetspark där besökare fick testa elcyklar i form av lastcykel och vanlig cykel, vilket blev lyckat.

Stockholms rådgivare har rest runt med sin utställning Klimatvågen i sommar. Utställningen tar upp klimatpåverkan från både vardagliga och långväga resor och detta har varit fokus under samtalen. Danderyd deltog på ett kvällsarrangemang och uppmuntrade alla att komma på cykel. Samtalen var mycket positiva och invånare mycket glada till den gratis genomgång av cykeln som erbjöds. Cirka 150 personer fick hjälp med sin cykel.

Information om Ladda-hemma-stödet har efterfrågats vid montrar. Många rådsökande ser fördelen i att installera laddplats när bidrag finns tillgängligt för att sedan kunna investera i ett elfordon. När både Klimatklivet och Ladda-hemma-stödet inte gick att söka märkte en del rådgivare att intresset generellt var svalare för laddplatser. Under hösten 2019 märktes ett ökat intresse då det återigen gick att söka stöd för laddplatser från Naturvårdsverket.

De olika typer av mässor som rådgivarna medverkar på är följande: Bomässor, Fastighetsmässor, Styrelsemässor, Villamässor, monter på bibliotek samt marknader.

Studiecirkel

Det är enbart en kommun som har anordnat studiecirkel om Hållbara transporter.

En rådgivare uttrycker att det är svårt att få igång en studiecirkel, särskilt med transporter som ämne. Hen tipsar om att fler skulle kunna genomföra en studiecirkel om det fanns ett färdigt koncept med energikunskap och en bra handledning som redan var framtaget.

Media

Arbetet med kommunikation och spridning av tidningsartiklar har sett väldigt olika ut från kommun till kommun i landet. Användandet av de färdigskrivna pressmeddelandena har använts flitigt, både på sociala medier, kommuners hemsidor och utskick till tidningar. Dessa typer av färdiga texter är uppskattade hos rådgivningen och en fortsättning på detta kan vara att man anpassar texter bättre även till sociala medier. Beroende på hur kommunen arbetar när det gäller kommunikation har rådgivarna antingen själva lagt upp pressmeddelanden eller skickat till kommunikationsavdelningen. När en större lokaltidning uppmärksammar rådgivningen blir spridningen bättre än när information enbart går ut via kommunens hemsida och sociala medier.

Vid aktiviteter och evenemang annonserar många rådgivare i dagstidningar, gratis veckotidningar, Facebook och på kommunens hemsida. Dessa kanaler når olika målgrupper, men Facebook har oftast bäst spridning och främst sponsrade inlägg. Att annonsera på bred front verkar vara viktigt för att få upp intresse. Några få kommuner har gjort utskick via mail och ringt samtal, främst när det gäller bostadsrättsföreningar och företag.

Vissa kommuner har även egna hemsidor för energi- och klimatrådgivningen och egna sociala mediekonton. Dock följs ofta kommunens sociala medier av fler människor, medan rådgivningen har följare som redan är intresserade av ämnet.

Ett bra samarbete mellan rådgivare och kommunens kommunikatörer är viktigt för att nå ut med det tänka budskapet. Till exempel lade Västerås energi- och klimatrådgivning upp två korta filmer på Facebook inför en större temakväll som sågs av 1 900 respektive 1 400 människor och delades fyra respektive sju gånger. Detta var via kommunens Facebook som redan har många följare. Gävles rådgivare gjorde en tävling på kommunens hemsida under Trafikantveckan, vilket resulterade i att P4 Gävleborg hörde av sig och intervjuade om tävlingen och pratade allmänt om hållbara resvanor. I Lund har de en dedikerad kommunikatör som både har tid att fokusera på kommunikation och vet vad som fungerar. Rådgivningen har där setts på så kallade stortavlor på stan, haft en digital artikel i två omgångar i en stor dagstidning, gjort Facebook-filmer, haft kommunens Instagram-konto och gjort reklam på stadsbussarna lokalt samt tillsammans med det skånska nätverket på Skånetrafiken regionalt. Alla dessa åtgärder tillsammans gjorde att de ökade inflödet av rådsökanden och trafik till deras hemsida, där också information finns att hämta för den som inte behöver personlig kontakt.

Att få tidningar att komma till evenemang är svårt och inte alltid konsekvent. Även här handlar det många gånger om vilka personer som sitter både som rådgivare och på tidningen och vilken kontakt de har. När artiklar och reportage görs av tidningar får detta normalt bra med uppmärksamhet, och rådgivarna kan märka att de får fler samtal och mail samt fler deltagare på aktiviteter.

Vissa rådgivare efterfrågar en nationell hemsida för att kunna slussa rådsökande vidare för mer information, både för fakta och kontaktuppgifter. En nationell logga är också något som rådgivare nämner. Det kommenteras även att rådgivningen eventuellt behöver bli tydligare med vad de är och vad de har för uppdrag för att invånare ska förstå rollen.

Resepolicy

Det är få rådgivare som har arbetat med resepolicy, men de som har gjort det har fått god respons från företag. Företag som redan hade en resepolicy ville gärna ha förbättringsförslag och de som inte hade en tyckte att det skulle vara bra om företaget införde en, vilket de sedan gjorde. De idrottsföreningar som kontaktades var generellt inte intresserade av resepolicy eller var tvungna att prioritera annat och tackade nej till rådgivning.

Besvarad slutenkät

I Linköping ställde företagen gärna upp och svarade på enkäten. Den fungerar bra som kvitto på att budskapet hade gått fram och uppskattades av rådgivningen. Kommentarsfält säger mer än de frågorna med olika flervalsalternativ, så som *instämmer helt*, *instämmer delvis* osv.

I Malmö valde de att inte arbeta med slutenkäter, men de kan nu i efterhand se att det hade kunnat vara värdefullt för verksamheten. De har fått mycket positiv feedback på plats efter deras föreläsningar och platsbesök.

Förbättringsförslag

Poängsystemet skapade oro och irritation hos rådgivarna i början av projektet. Systemet landade allt eftersom hos de flesta, men några tycker att det finns en del förbättringspotential. Rådgivarna är villiga att ge förbättringsförslag för vidareutveckling, så att det blir mindre stelbent vid ett eventuellt kommande insatsprojekt. Vid eventuella kommande projekt finns önskemål om att poängsystem ska användas, på grund av att rådgivarna är vana vid det och vet vad som förväntas av dem.

Hur poängen räknas känns inte alltid som att det är i relation till nedlagd tid för vissa av insatserna. En monter kan till exempel behöva olika lång tid för förberedelse, men resulterar i samma poäng oavsett. En tidningsartikel är något som är svårt att styra över, både om en artikel kommer med i en tidning och vad det är för innehåll. Att något man inte kan styra över premieras med 10 poäng, tycker vissa rådgivare slår fel.

Nuvarande poängssystem kan göra att rådgivningen vänder sig till de målgrupper som dem vet kommer till evenemang. Om de vänder sig mot geografiska områden med lägre socioekonomisk status kommer eventuellt färre deltagare. En rådgivare föreslår att mer poäng kan fås vid brytning av normer eller testning av något nytt, till exempel en ny metod. Horisontella kriterier behöver eventuellt finnas med tydligare till framtida projekt.

Att ha exakt samma målgrupper som Solelprojektet hade varit önskvärt, då det minimerar problem. Förslagsvis samtliga målgrupper som rådgivningen riktar sig mot; privatpersoner, företag och föreningar. Att ha en bred målgrupp gör att rådgivarna kan anpassa sin rådgivning efter lokala förutsättningar. Det hade även varit önskvärt att starta projektet tidigare, vilket är viktigt att tänka på inför kommande år. Att lova saker som sedan inte kan hållas uppskattas inte.

Att kunna beställa tryckmaterial i Energimyndighetens webbshop, finns det stor efterfrågan på. Dessvärre finns inte många dokument kopplat till hållbara transporter i dagsläget att beställa hem.

De fyra broschyrerna framtagna av Power Circle, finansierat av Energimyndigheten, som ligger på Kontakten som spridningsmaterialet för Laddplatser får tråkig layout när man skriver ut i vanlig skrivare. Det är fyra dokument som riktar sig mot fastighetsägare, bostadsrättsföreningar, privatpersoner och kommersiella aktörer. Innehållet är bra, men layouten sämre, tycker rådgivarna.

Mer utbildning och praktiska tips är alltid bra, även inom områden som kommunikation för att få tips på hur rådgivare når ut till målgrupperna.

Under Trafikantveckan 2019 genomfördes många olika aktiviteter kopplat till mobilitet, men alla passade in i insatsprojektet eftersom temat för året var säker cykling och gång, "Ta klivet börja gå". Vissa rådgivare anser att Insatsprojekten behöver breddas och att hållbar mobilitet skulle vara ett bättre fokus än laddplatser.

Ett förslag från en rådgivare är att bygga ut Solelportalen för att informera om laddning i hemmet och på jobbet. Det finns en bra koppling mellan miljövänlig och kostnadsfri solel och laddning av elbilar i hemmet och på jobbet.

Ytterligare ett förslag är någon form av kontinuerlig uppföljning inom projektet, där rådgivare kommuner emellan kan dela erfarenheter och ge varandra tips på aktiviteter som fungerat bra, förslagsvis via ett webinarium.

Övriga kommentarer

Många rådgivare har samkört de båda insatsprojekten, främst Solel och Laddplatser, då det blir en bra synergi. Vid aktiviteterna seminarium och monter har man haft med sig material och pratat om båda ämnena, och sedan delat upp poängen. Att även framtida insatsprojekt kan synkas är önskvärt. Rådgivarna kommenterar också att de ser nyttan med insatsprojekten i sin helhet eftersom det ger en styrning och en tydlighet.

Många aktiviteter inom transportprojektet genomfördes under vintern, våren och hösten då det är mindre fokus på solel. Seminarium tillsammans med miniaturställning med relevanta aktörer är vanligt som aktivitet.

Att Klimatklivet samt Ladda-hemma-stödet stängdes och sedan öppnades igen var ett problem för rådgivarna. När stöden var borta minskade intresset för laddplatser och det blev otydligt vad som kunde kommuniceras.

Det är svårt som rådgivare att hålla diskussioner om miljönyttan med elektrifiering av fordon, då det cirkulerar många myter. Media har det sista året skrivit frekvent om elbilar, vilket både är positivt och negativt. Rådgivningen behöver vara påläst och sakligt förklara läget.

En kommun kommenterar att det eventuellt blivit ett större resultat om de hade fokuserat på hållbara resvanor istället för laddplatser. Laddstolpar byggs ut allt eftersom efterfrågan växer, men det

allmänna intresset är fortfarande relativt svalt. Större miljönytta nås antagligen genom att påverka företagens resepolicy och att öka andelen som cyklar och går, anser en rådgivare.

Inför framtida projekt har rådgivarna många tankar och idéer. Nedan listas några förslag.

- Flera teman och nivåer
- Elbilar, elektrifierad fordonsflotta
- Smarta hem och styrning
- Effektbrist och el för framtiden
- Belysning