



# GÖTEBORGS UNIVERSITET

## HANDELSHÖGSKOLAN

### Vägen till hållbarhet: En fallstudie om miljöarbete hos DHL och Postnord

Kandidatuppsats i Logistik

Handelshögskolan vid Göteborgs Universitet

Vårterminen 2022

Handledare:

Konstantina Katsela

Författare:

Jonathan Glimfjord

Eric Brun

# Förord

Vi vill inledningsvis vill tacka intervjupersonerna på DHL och Postnord för deras hjälp och informationsdelning vilket hjälpte oss att genomföra och få underlag till uppsatsen. Vi vill även tacka vår handledare Konstantina Katsela som har varit till stor assistans under hela uppsatsskrivandet och gav betydande återkopplingar. Slutligen vill vi tacka vår opponentgrupp som genom värdefull feedback, förbättrade vår uppsats.

Tack!

Jonathan Glimfjord & Eric Brun

Juni, 2022, Göteborg.

# 1. Sammanfattning

Efterfrågan på transporter har fått en kraftig ökning och med detta har negativa konsekvenser medförts, såsom förhöjda temperaturnivåer som leder till den globala uppvärmningen. Detta kan ha reella konsekvenser för människor och utgör ett hot mot stabiliteten i samhället.

Eftersom vägtransport är en stor del av dagens ekonomi har det vuxit fram behov att göra transporterna mer hållbara. Det ställs numera krav på företag av konsumenter, institutioner och myndigheter att implementera hållbara logistiklösningar. DHL och Postnord är båda transportföretag som nu fokuserar på att bemöta dessa krav och arbetar med att ställa om sin verksamhet till mer miljömässigt hållbara transporter.

Syftet med uppsatsen är att jämföra och beredda förståelse för hur Postnord och DHL arbetar med miljömässig hållbarhet. Syftet är också att föra fram vilka förväntningar och krav allmänheten har gällande miljöarbete hos transportföretag. Uppsatsen använder sig av vetenskapliga artiklar, intervjuer och en enkät för att uppnå syftet. Intervjuerna genomfördes med miljöansvariga hos DHL och Postnord. Enkäten skickades ut på författarnas sociala medier för att besvara vad allmänhetens krav på transportföretag och i synnerhet på DHL och Postnord.

Studiens slutsats är att båda företagen huvudsakligen arbetar med att minska användningen av fossila bränslen i sin transporter. DHL riktar in sig på att transformera sin fordonsflotta till att bli mer miljövänliga genom eldrivna- och hybridfordon medan Postnord riktar in sig istället på att ställa om till HVO drivna fordon som är fossilfritt upp till 99%. Enkäten visade att konsumenterna inte tog hänsyn till miljöpåverkan vid val av transportör men de kunde tänka sig betala mer för att få sin vara levererat på ett miljövänligare sätt. Vidare ansåg respondenterna att utbudet av miljövänliga leveransalternativ är dåliga. Slutsatsen som studien kom fram till utifrån detta är att konsumenter vill använda sig av miljövänliga transporter men i nuläget anser de att alternativen inte är tillfredsställande.

# Innehållsförteckning

1. Sammanfattning	3
<b>2. Inledning</b>	<b>5</b>
2.1 Bakgrund	5
2.2 Problemdiskussion	7
2.3 Syfte	8
2.4 Frågeställning	8
2.5 Avgränsningar	8
<b>4. Metod</b>	<b>9</b>
4.1 Vetenskaplig positionering	9
4.1.1 Vetenskapligt förhållningssätt	9
4.1.2 Vetenskaplig ansats	10
4.1.3 Studiens forskningsetiska aspekter	10
4.1.4 Val av företag	11
4.2 Databehämtning	12
4.2.1 Intervju	12
4.2.2 Enkät	13
4.2.3 Litteratursökning	14
4.3 Dataanalys	14
<b>3. Litteraturgranskning</b>	<b>16</b>
3.1 Grön logistik	16
3.2 Barriärer och utmaningar vid implementering av grön logistik	17
3.3 Godstransporters miljöpåverkan	17
3.4 Hållbara transporter	18
3.5 Konsumenters påverkan på miljömässigt hållbarhetsarbete i företag	18
<b>5. Empiri</b>	<b>19</b>
5.1 Hur arbetar transportföretagen med miljömässig hållbarhet i deras transporter?	19
5.2 Vilka hållbarhetskrav har allmänheten på transportföretag?	22
5.2.1 Resultat av intervjun	23
5.2.2 Resultat av enkäten	24
<b>6. Analys</b>	<b>26</b>
<b>7. Slutsats och vidare forskning</b>	<b>30</b>
<b>8. Bilagor</b>	<b>32</b>
8.1 Intervjufrågor	33
8.3 Enkätfrågor	33

# Begreppsförklaring

**Grön logistik:** Detta kan definieras som all ansträngning att minska den miljöpåverkan som logistisk verksamhet bidrar till.

**Miljömässig hållbarhet:** Miljömässig hållbarhet betyder att man ska förbruka naturresurser i den takt att det inte ska skada jordens ekosystem på lång sikt.

**Social hållbarhet:** Denna typen av hållbarhet berör människors välbefinnande i samhället. Detta kan vara på ett individuellt plan som t.ex utbildning, hälsa och att man kan förbättra dem. Vidare betyder begreppet att människor i ett samhälle ska ha ett socialt inflytande och att alla har lika rättigheter.

**Ekonomisk hållbarhet:** Ekonomisk hållbarhet uppstår då ekonomisk tillväxt uppnås utan att försämra den sociala och miljömässiga hållbarheten.

**Hållbara transporter:** För att en transport ska få klassificeras som en hållbar transport krävs det att vissa kriterier uppnås. Dessa kriterier innebär sammanfattat att transporterna påverkar i liten grad, om något alls miljön eller samhället på ett negativt sätt.

**Parisavtalet:** Ett avtal som slöts globalt 2016 för att begränsa global uppvärmning med målet att hålla temperaturökningen under 2 grader celsius.

**FN:målen:** FN har fört fram 17 olika mål för att uppnå en hållbar utveckling. Uppsatsen berör endast 3 av dessa mål. Hållbar energi för alla, bekämpa klimatförändringarna och hållbara städer och samhällen.

**HVO:** En typ av bränsle som står för hydrerad vegetabilisk olja och är fossilfritt upp till 99,9%

## 2. Inledning

---

*I följande avsnitt inleds med en bakgrund som ämnar att skapa ett intresse och ge grundläggande kunskap för att sedan kunna bygga vidare på den i övriga kapitel. Detta fördjupas sedan i problemdiskussionen och minskar bredden på problemet som sedan resulterar i frågeställningar som har som avsikt att besvara studiens syfte. Avsnittet avslutas med en avgränsning för att precisera syftet.*

---

### 2.1 Bakgrund

De senaste århundradena har samhället förändrats i hög takt, från ett samhälle med ett stort fokus på jordbruk till ett samhälle och en ekonomi präglad av industrialiseringen (Ryytty, 2010). Till följd av den ökade globaliseringen har transporter blivit allt mer betydande (Singh. et al 2021). I samband med att efterfrågan på transporter har ökat kraftigt, kan man även tyda att kundernas behov har förändrats och deras krav blivit allt mer komplexa än tidigare (ibid). Ett vanligt begrepp som allt frekventare stöts på i dagens företagsklimat är hållbarhet (Förenta Nationerna, 2018). Skälet till detta kan bero på flera anledningar, däribland vikten av marknadspositionering och en väl vald strategi, då konkurrenskraft blivit av allt större vikt för företag (WTO, 2014).

Den svenska Transportbranschen domineras av ett fåtal större internationella aktörer (Åkerinäringen 2020). Dessa aktörer uppnår skalfördelar tack vare sin storlek (Porter, 1985). I och med detta kan företagen konkurrera via kostnadsledarskap, vilket är en strategi som kan beskrivas som att kundens behov tillgodoses till ett så lågt pris som möjligt (ibid). På transportmarknaden, likaväl som på andra marknader, försöker leverantörerna hitta sätt att sticka ut från deras konkurrenter och därigenom skaffa sig konkurrensfördelar (Lumsden, 2019). För de mindre aktörerna som inte är av den storleken, krävs det att de hittar en nisch, då dessa typer av företag istället konkurrerar i form av differentiering (ibid).

År 1981 introducerades begreppet hållbar utveckling av Lester Brown. Begreppet fick internationell spridning först 1987 i form av en rapport (World Commission on Environment and Development, 1987). I dagens samhälle har både produktions- och konsumtionstakten ökat väsentligt sett till historien, vilket innebär ett stort, och därmed ökat "fotavtryck" i sammanhang kopplat till hållbarhet (Fang. et al 2015). Definitionen av hållbarhet eller hållbar utveckling beskrivs som "en utveckling som tillfredsställer dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillfredsställa sina behov" (Förenta Nationerna, 2012).

En studie om Walmart som berör begreppet hållbarhet beskriver hur företaget använder sina resurser (Grankvist, 2012). De hanterar sina resurser på ett smart sätt som skapar ekonomiska fördelar och i sin tur medverkar till att nå en högre lönsamhet (ibid). I studien används Walmart som ett exempel, då de under sommarmånaderna lyckades spara 1,2 miljoner dollar genom att sänka ljusstyrkan i sina butiker för att dra ner på sina elkostnader (Grankvist, 2012). Walmart förbättrade inte enbart sin ekonomiska hållbarhet, utan även sin miljömässiga då de förminskade sitt ekologiska fotavtryck i och med den sänkta elkonsumentionen (ibid). En annan studie visar att företag kan använda sig av hållbarhetsarbete för att skapa goodwill (Reinhardt et al, 2008). Detta eftersom ett sådant arbete kan locka nya investerare, men även skapa och/eller förbättra företagets rykte (ibid). Studien visar även hur företag använt sig av hållbarhetsarbeten för att utmärka sig gentemot konkurrenter och därmed skapa konkurrensfördelar för att öka sina marknadsandelar (Reinhardt et al, 2008).

Krav ställs idag på företag från samhällets sida att de ska agera hållbart (Parmigiani et al, 2011). Företag hålls ansvariga av allmänheten i frågor gällande en allt större del av dess verksamhet (ibid). Miljömässig och social hållbarhet efterfrågas i hela försörjningskedjan av företags intressenter, konsumenter men även aktivister (Parmigiani et al, 2011). Företag behöver inte enbart anpassa sig efter konsumenters krav, utan också regler och lagar som ställs av diverse organisationer och myndigheter (UN Human Rights, 2011; Regeringskansliet, 2015). Dessa regleringar och krav är framförallt utformade för att företag ska ta ansvar för miljön och människorna de påverkar (ibid). Anledningen bakom dessa uppmaningar och regleringar ligger till grund i att få företag att ta hänsyn till, och framförallt ta ansvar för miljön och människorna de påverkar (OECD, 2011; UN global compact, 2019).

## 2.2 Problemdiskussion

Miljömässig hållbarhet är en viktig faktor för att försäkra framtiden för nästkommande generationer (Förenta Nationerna, 2012). Klimatförändringar kan innebära ett hot mot stabiliteten i ekonomin och vårt samhälle i helhet (EU, 2021). En ytterligare aspekt att ta hänsyn till är de fysiska riskerna som kan uppstå om miljömässig hållbarhet inte uppnås (ibid). Risker såsom förödande väderhändelser i form av höjda temperaturnivåer, vilket kan leda till att isar smälter och havsnivån stiger (EU, 2021). Problematiken uppstår då vägtransporter har blivit en allt större och viktigare del av vår vardag (Singh. et al 2021), samtidigt som de påverkar miljön mest i form av utsläpp av avgaser (Naturskyddsföreningen, 2021).

Enligt statistik från 2017 visar en studie att hela 23% av de totala utsläppen av växthusgaser kommer från transportbranschen (SCB, 2017). Last mile transporter är den sista delen i försörjningskedjan, vilket innefattar en förflyttning av människor eller gods från ett distributionscenter till slutdestinationen (Lumsden, 2019). Enligt en studie är det just Last Mile transporterna som är den största bidragande faktorn vad gäller utsläppen av växthusgaser under hela försörjningskedjan sett till den körsträcka som godset förflyttas över (Shahmohammadi et al, 2020).

Uppsatsen ska belysa den miljömässiga problematiken i transportföretag och föra fram vad dessa typer av företag arbetar för att förminska klimatpåverkan. Vidare ska transportföretagens hållbarhetsarbete ställas i kontrast med vad samhällets förväntan är av dem. Detta är viktigt att studera eftersom resultatet kan influera andra logistikföretag att konforma till den presenterade slutsatsen.

## 2.3 Syfte

Syften med studien är att få en bättre förståelse för och jämföra hur Postnord och DHL hanterar miljömässig hållbarhet, inklusive deras transportpraxis. Uppsatsen ämnar att beskriva allmänhetens förväntningar på hållbarhet och hur dessa två företag kan uppnå dem.



## 2.4 Frågeställning

- Hur arbetar transportföretagen med miljömässig hållbarhet i deras transporter?
- Vilka hållbarhetskrav har allmänheten på transportföretag?

## 2.5 Avgränsningar

Uppsatsen avgränsar sig till miljömässig hållbarhet för att undvika den bredd som finns i begreppet "hållbarhet", såsom social och ekonomisk hållbarhet. Vidare kommer transportköpare avgränsas till konsumenter i form av privatpersoner. Tekniska aspekter gällande transporter kommer inte att behandlas på ett djupare plan, utan uppsatsen kommer att rikta sig på transportköparens och transportföretagens synsätt på miljömässig hållbarhet i transporter. Detta för att minska bredden på studien och göra det möjligt att behandla de berörda områdena på ett djupare plan.

## 3. Metod

---

*I följande ansats förklaras vilken metod som används för att besvara syftet och samla in data till studien. Metoden består av tre delar. Den första delen berör studiens vetenskapliga positionering, där skribenterna har valt att använda sig av kritisk realism och ett deduktivt arbetssätt. Vidare förhåller sig studien till de fyra etikreglerna. Nästa del av metoden består av en förklaring av våra kvalitativa intervjuer som utfördes på ett semistrukturerat sätt och utformningen av enkäten. Den sista delen av metoden berör dataanalys där det beskrivs hur datan bearbetas och behandlas.*

---

### 3.1 Vetenskaplig positionering

Området som studien berör är lastbilstransporter, vilket är ett område som är känt för sina empiriska fallstudier (Yin, 2014). Studien följer denna konvention och är skriven som en fallstudie med företagen DHL och Postnord som forskningsobjekt. Fallstudier är kontextbaserade och är lämplig att använda för att besvara frågor som hur och varför, vilket ska leda till en djupare förståelse för ett specifikt forskningsobjekt (ibid). Vidare jämför denna uppsats Postnord och DHL med hjälp av empirisk resultat för att upprätthålla fallstudiemetoden och därmed skapa pålitlig och reproducerbara resultat (Yin, 2014).

#### 3.1.1 Vetenskapligt förhållningssätt

Det finns flera vetenskapliga förhållningssätt men i detta avsnitt diskuteras endast tre och sedan framförs vilket förhållningssätt av de tre som används i studien. Det första är Positivism som säger att vetenskaplig kunskap är pålitlig och denna kunskap kan enbart komma från observation genom sinnen (Patel & Davidsson, 2019). Forskarens roll är att samla in data och göra objektiva slutsatser från dem (ibid). Det andra förhållningssättet är Hermeneutik vilket innebär i forskningssammanhang att man studerar och försöker uttyda grundpelarna till människans existens genom förståelse- och tolkningssystem där man behandlar informationen på ett subjektivt sätt (Patel & Davidsson, 2019). Begreppet Kritisk realism skiljer på den riktiga världen och den man kan observera (Bryman & Bell, 2017). Varje individ kan endast dra slutsatser utifrån sina egna perspektiv och erfarenheter eftersom

det inte går att observera den verkliga världen (ibid). Det Kritiskt realistiska förhållningssättet menar även på att eftersom varje människa observerar den riktiga världen på flera sätt, finns det många olika sätt att få kunskap om världen (Bryman & Bell, 2017).

Intervjun utfördes med åtanke att dem inte var helt objektiva då både frågorna och svaren kan skrivas och besvaras utifrån de involverades egna tolkning av världen. På grund av detta, behandlades inte det Positivistiska eller det Hermeneutiska synsättet. Uppsatsen skrevs ur ett kritisk realistisk förhållningssätt då författarna anser och tar hänsyn till att varje människa observerar omvärlden på sitt sätt och därmed kan tolka frågorna i både intervjun och enkäten.

### 3.1.2 Vetenskaplig ansats

Deduktivt arbetssätt karaktäriseras av att man använder befintliga teorier och principer för att formulera slutsatser om forskningsobjektet (Patel & Davidsson, 2019). Den befintliga teorin ska vara utgångspunkten som studien baseras på. Detta ska resultera i en minimering av subjektiviteten i studieprocessen för forskaren (ibid). Induktivt arbetssätt präglas av att forskandet sker utan att förankra det i någon teori eller information som har samlats in (Patel & Davidsson, 2019). Användandet av induktivt sker genom att formulera slutsatsen först och sedan utformar man premissen (ibid). Abduktivt arbetssättet kan beskrivas som en blandning mellan deduktivt och induktivt arbetssätt (Bryman & Bell, 2017). Det första steget är att forskaren formulerar en egen hypotes hur ett utfall kan ha skett i ett specifikt fall, vilket ger ett induktivt arbetssätt (ibid). Nästa steg är att testat hypotesen på andra fall och därmed arbeta på ett deduktivt sätt (Bryman & Bell, 2017).

Uppsatsen använder sig av abduktions metoden då den tillämpar sig av både deduktiv och induktiv metod. Syftet med studien är att fördjupa förståelse för hållbarhetsarbete i transportföretag, därmed behövde skribenterna först öka sin kunskap inom ämnet och därför använda deduktiv metod. Den andra delen av studien präglades av analyser och egna teorier baserad på empirin i form av intervjuer och enkäter vilket anspelar på den induktiva metoden.

### 3.1.3 Studiens forskningsetiska aspekter

Målet för varje studie är att skapa pålitlig kunskap och på så sätt utveckla samhället, därför finns det krav kopplade till hur forskning bedrivs och vilka studiefrågor som kan ställas (Patel

& Davidsson, 2019). Det ska finnas en balans mellan nyttan som samhället får av studien och skydd för individer genom att inte få insyn i deras livssituation (ibid).

Det finns fyra stycken etikregler, framtagna av Vetenskapsrådet, som studien förhåller sig till. Det första är informationskravet som betyder att forskarna ska delge information till de berörda av forskningen, till exempel respondenten i en intervju, om syftet med forskningen (Patel & Davidsson, 2019). Det andra kravet som studien följde är samtyckeskravet som säger att deltagarna ska själva bestämma om de vill vara med i studien eller ej (ibid). Ett annat krav är konfidentialitetskravet som betyder att uppgifter om individer ska behandlas med konfidentialitet och det ska inte vara en risk att identifiera en person man läser igenom studien (Bryman & Bell, 2017). Det sista kravet är nyttjandekravet som för fram att man endast får hantera insamlade uppgifter om personer i forskningsrelaterade syften (Patel & Davidsson, 2019).

#### 3.1.4 Val av företag

DHL grundades år 1969 och är verksamma i 220 länder och territorier (DHL, 2022). Koncernen har ett av de flest antalet anställda i världen med mer än 400 000 anställda (ibid). DHL erbjuder transport- och hanteringstjänster över hela världen. Företagets fokus för sin verksamhet är internationella transporter i form av till exempel gods och transporter (DHL, 2022).

Postnord grundades år 2009 och är en ledande aktör i transportmarknaden och de beskriver sig själva som en leverantör av kommunikations- och logistiklösningar i Norden (Postnord, 2022). Postnords vision består av tre delar, pålitlighet, ABC ledarskap och hållbarhet (ibid). Med pålitlighet menar de att de håller de leveranstiderna som de har lovat och skapa tillförlit mellan kunderna och företag (Postnord, 2022). ABC ledarskap betyder att de strävar att vara ansvarstagande, modiga och engagerade. Den sista delen är hållbarhet som de önskar vara både kort- och långsiktigt (ibid).

DHL och Postnord valdes då de är stora aktörer på den svenska transportmarknaden. DHL har en mer global närvaro med ett fokus på Europa vilket är intressant för studien för att undersöka om det har någon inverkan på deras synsätt eller arbete med miljömässig

hållbarhet. Postnord är en aktör som endast är verksam i Skandinavien och bedriver större delen av sina transportaktiviteter i Sverige. Detta är intressant för studien då man kan jämföra synen och vikten med miljömässig hållbarhetsarbete mellan en förhållandevis global aktör och en mindre aktör som endast är verksam i Skandinavien.

## 3.2 Datainhämtning

Studien använde sig av både en kvalitativ och en kvantitativ metod i form av två intervjuer respektive en enkät för att fördjupa sig i ämnet. Intervjun genomfördes för att få en djupare förståelse för Postnords och DHL:s miljöarbete och deras synsätt på hållbarhet. Enkäten skapades för att få en inblick på hur allmänheten ser på transportföretags hållbarhetsarbete och i synnerhet om de har miljömässig hållbarhet i åtanke när de väljer leveransalternativ för köp av produkter. Ett ytterligare syfte med enkäten var att belysa allmänhetens krav på transportföretag.

### 3.2.1 Intervju

I följande ansats, förklaras utformningen och vilka åtaganden intervjun kommer att anta. Intervjun sker med ett kvalitativt angreppssätt vanligtvis mellan en respondent och forskare om ett specifikt forskningsämne (Patel & Davidson, 2019). Respondenterna var hållbarhetsansvariga på DHL och Postnord för att få en inblick hur stora aktörer i transportbranschen arbetar med miljömässig hållbarhet. För att kunna säkerhetsställa detta var författarna tydliga i kontakten med respondenterna att studien behövde intervjuobjekt vars arbetsroll innefattade miljöarbete. Intervjun startades med att klargöra syftet med studien och förklara respondentens roll i den studien. Vidare förklarades det för respondenten hur vi kommer att behandla den information personen kommer att delge och förmedla att det som sägs kommer att vara konfidentiell (Patel & Davidson, 2019).

När det kommer till utformandet av frågorna är det två faktorer att ha i åtanke (Patel & Davidson, 2019). Den första är graden av standardisering i intervjufrågorna (ibid). I detta fall är studiens frågor till en hög grad standardiserade för att skribenterna skulle på ett enklare sätt jämföra resultaten mellan de olika intervjuerna. Den andra faktorn att ha i åtanke är struktureringen av intervjufrågorna (Patel & Davidson, 2019). Det är graden man ger respondenten frihet att svara på. Eftersom forskningsinsamlingen har ett kritisk realistiskt

syntsätt, utformades frågorna till att vara semistrukturerade för att respondenten skulle ha frihet att tolka frågan utifrån sina erfarenheter och sitt syntsätt (Patel & Davidson, 2019).

Intervjuerna i denna studie utfördes på ett kvalitativt tillvägagångssätt (Patel & Davidson, 2019). Kvalitativa intervjuer har en majoritet av fallen en låg grad av strukturering där man kan välja om man ska ha en hög grad av standardisering eller inte (ibid). Intervjuerna skapades i denna studie på ett semistrukturerat sätt. Syftet med denna typ av intervju är att jämföra de olika företagens hållbarhetsarbete och se om det råder skillnader mellan dem, vilket uppnås på ett enklare sätt genom denna struktureringen (Patel & Davidson, 2019). Den första intervjun med DHL varade i 39 minuter och den andra med Postnord varade i 28 minuter.

### 3.2.2 Enkät

Enkäter är ett redskap för att införskaffa sig information, liksom strukturerade intervjuer, men med skillnaden att respondenten pratar med intervjuaren direkt. Fördelar med enkäter är att det går förhållandevis snabbt att få svar på sina frågor och då studien kommer att använda sig av webbenkäter, blir också resultatet sammanställt automatiskt (Patel & Davidson, 2019). Utformningen av enkäten finns under bilagor och dessa frågor kommer att skickas ut via författarnas sociala medier. Vidare sker ingen intervjuareffekt vilket innebär att intervjuaren inte kan direkt påverka respondenten (ibid).

Kvantitativa studier, såsom enkäter, kan ge upphov till osäkerhet vid insamlandet av information. Informationsinsamling består av att man mäter olika variabler och analyserar resultatet (Patel & Davidson, 2019). Det är därför man måste se till att man kan lita på den informationen man samlar in och detta kan man göra genom två parametrar (ibid). Det första man ska ha i åtanke är att ha en god validitet. En enkät har god validitet när syftet med enkäten faktiskt blir mätt. Detta kontrollerar man genom att kolla hur studiens resultat korrelerar med andra studier med samma koncept (Patel & Davidson, 2019). En mätning med hög validitet ska kunna göras om på samma sätt och få liknande resultat. Det andra konceptet är reliabilitet, vilket innebär till vilken grad resultatet från mätningen kan bli återskapade under samma omständigheter. Detta gör man genom att jämföra resultatet över tid och med andra forskare (Patel & Davidson, 2019). Vidare används enkäten för att ge

validitet till respondenternas svar på intervjun och därmed kommer att jämföras i diskussionsdelen av studien (ibid).

Studiens enkät uppnådde hög variabilitet genom att kontrollera resultatet med andra snarlika studier för att validera att resultaten har likheter. På grund av bristande resurser och tid, kan reliabiliteten inte kontrolleras på ett tillfredsställande sätt vilket är en brist i studien. Enkätens funktion i studien är att kunna jämföra resultatet med det författarna fick fram från intervjun och ska ligga som grund till delar av analysen. Vidare kommer enkätens frågor vara både en hög grad av standardisering och strukturering.

### 3.2.3 Litteratursökning

För att få en objektiv teoretiskt ramverk för studien har litteratursökning varit en central del av forskningen. Författarna har sökt litteratur gällande miljömässig hållbarhet i logistikföretag. Litteratursökningen ägde primärt rum på hemsidorna Göteborgs universitetsbibliotek och "Google Scholar". Sökningar gjordes med både svenska och engelska termer. Sökorden var exempelvis "Hållbar logistik", "Sustainability in logistics" och "Hållbarhetstrender". Författarna valde artiklarna utifrån deras liknelse till studiens frågeställningar samt att de har en hög validitet och reliabilitet. Vidare använder studien också hemsidor för att komplettera informationen från de vetenskapliga artiklarna. Med hjälp av sökningen har författarna kunnat bygga en förståelse för problematiken och få ökad kunskap inom området. Litteraturen analyseras och jämförs med empirin för att besvara syftet.

### 3.3 Dataanalys

Den kvalitativa och kvantitativa datan bearbetas genom en innehållsanalys. Syftet med att använda denna typ av analys är att kunna skapa underlag för att dra slutsatser från studiens intervjuer, enkäter (Bryman & Bell, 2017). Innehållsanalys kan implementeras i en studie på två sätt. Det ena tillvägagångssättet är att forskarna inte själva gör slutsatser eller tolkningar av datan utan att man endast för fram det som har uttrycks i texten (Graneheim & Lundman, 2004). Denna typ används i den kvantitativa delen av bearbetningen och i synnerhet med enkäten (ibid). Den andra typen är att man tolkar vad innebörden av det som står i artikeln

och transkriberingen, som används i bearbetning av kvalitativa undersökningar och används för att analysera studiens intervjuer (Graneheim & Lundman, 2004).

För att bearbeta intervjuerna, krävdes det först att författarna transkriberade intervjuerna och därmed fick underlag att analysera dem. Vidare lästes transkriberingen igenom ett flertal gånger för att få en helhetskänsla. Efter detta steg, urskiljs och sammanställs meningar som omfattar information är av betydelse för syftet. Dessa meningar kategoriseras och tillslut analyseras för att se vad respondenten sa, och den underliggande innebörden av deras svar (Graneheim och Lundman, 2004).



## 4. Litteraturgranskning

---

*Teorin inleds med att framföra vilken påverkan godstransporter har på miljön och i synnerhet hur lastbilar påverkar miljön. Vidare förklaras vilken roll konsumenter har på miljömässigt hållbarhetsarbete i företag och i hur stort inflytande de har i omställingsbeslutet.*

---

### 3.1 Grön logistik

Grön logistik kan definieras som all ansträngning att minska den miljöpåverkan som logistisk verksamhet bidrar till (McKinnon et al, 2012). Bidragande faktorer såsom konfigurationen av processer, strukturer och system eller resursåtgång vid transport, lagring och distribution av varor (ibid). Konceptet grön logistik har fått allt större uppmärksamhet på senare år. Det kan även påvisas att begreppet är tätt sammankopplat med hållbar utveckling (McKinnon et al, 2012).

Forskare har konstaterat att grön logistik är ett gemensamt logistiksystem som bygger på en effektiv energiförbrukning och en mindre miljöförstöring, parallellt med en ökad konkurrenskraft och effektivitet av arbetskraften (Kutkaitis & Župerkienė, 2011). Begreppet syftar även till ett logistiksystem som skapats för att uppfylla mänskliga behov samt intressen, men som även visar trender mot strategin för att implementera hållbar utveckling (Guochuan, 2010). Grön logistik beskrivs av en annan forskare som en input baserad på att organisera lösningar med ett fokus på att skapa ett effektivt energiförbrukande och minimera miljöförroreningarna som kommer som av en konsekvens av logistiksystemen (Srivastava, 2007).

Det finns fyra steg för att implementera konceptet grön logistik (Sarkis et al, 2004). Det första steget är att utforma och tillämpa politiska beslut som tagits utefter dess miljöpåverkan (ibid). Nästa steg blir att påbörja och/eller fortsätta utveckla den teknologi som effektiviserar och stödjer de processer som kan minska miljöpåverkan (Sarkis et al, 2004). Det tredje steget innebär investeringar och integration av nödvändiga logistikfunktioner för att möjliggöra effektiv distribution (ibid). Det fjärde och sista steget vid implementering av grön logistik

konceptet innebär att man som organisation skapar en effektiv ledning och utformar policys som är baserade på grön logistik konceptet, vilket innefattar affärsprocesser som utformas i enlighet med ekonomiska, sociala och miljömässiga faktorer (Sarkis et al, 2004).

#### 4.2 Barriärer och utmaningar vid implementering av grön logistik

Införandet av, samt omställningen till grön logistik har visat sig vara en relativt långsam process då speditörer, åkerier och andra typer av företag som erbjuder logistiktjänster ofta agerar reaktivt (Isaksson 2012). En förklaring till varför omställningen går långsamt har beskrivits som en konsekvens av den tvetydighet som kan tolkas ur kundernas krav på logistiktjänster (ibid). Visserligen kräver kunderna en ökad miljömässig hållbarhet av företagen, men har däremot ingen vilja att betala mer för eller investera i nya lösningar (Evangelista et al. . 2013).

För att det ska vara möjligt att ställa om sin verksamhet och därmed implementera grön logistik krävs det investeringar i form av tid, kapital och teknologi (Richnák & Gubová, 2021). Investeringar av denna sort kan möta större typer av motstånd från ledningen då en omställning till grön logistik inte nödvändigtvis är ekonomiskt lönsamt (ibid). Därav kan man identifiera att de största barriärerna för att ställa om en verksamhet till mer miljömässigt hållbar är just motstånd från ledningen och en press från aktieägarna att generera vinst (Richnák & Gubová, 2021).

#### 4.3 Godstransporters miljöpåverkan

Vägtransporter används för att förflytta och leverera gods på ett så snabbt och smidigt sätt som möjligt (Lumsden, 2019). Godstransporters påverkan på miljön och dess omgivning är däremot inte alltid positiva. Effekter som förorenad luft, buller, försurningar och övergödning ökas i och med dessa transporter (Naturskyddsföreningen, 2021). Även olyckor, trängsel och stress i trafiken såväl som i städerna påverkas (ibid). Ett dilemma uppstår då transporter är en nödvändig del i dagens samhälle, samtidigt som transporter är en av de faktorer som påverkar

miljön mest (Naturskyddsföreningen, 2021). År 2020 minskade de totala utsläppen från transporter med 10% i Sverige, detta till stor del på grund av pandemin och en minskad trafik på vägarna (Naturvårdsverket, 2020). Av de totala utsläppen från inrikes transporter 2020 stod lastbilar (lätta och tunga) för 29,2% av utsläppen av växthusgaser (ibid).

#### 4.4 Hållbara transporter

För att en transport ska klassas som hållbar krävs det att ett flertal kriterier möts (Europeiska Unionen, 2012). Kriterier såsom att samhället, företag och individer får tillgång till resurser på ett sätt som är säkert och stämmer överens med människors och miljöns hälsa (ibid).

Transporterna ska även möjliggöra och främja en jämlikhet inom, men även mellan generationer och platser (Europeiska Unionen, 2012). För att en balanserad regional utveckling och en konkurrenskraftig ekonomi ska främjas av transporterna krävs det att ett urval av transportsätt erbjuds till ett prisvärt, effektivt och rättvist sätt (ibid). Hållbara transporter innebär vidare att både utsläpp och avfall begränsas till en mängd som stämmer överens med hur mycket planeten har möjlighet att absorbera dem (Europeiska Unionen, 2012). Dessa transporter ska även minimera mängden buller som de genererar (ibid).

#### 4.5 Konsumenters påverkan på miljömässigt hållbarhetsarbete i företag

Konsumenter har en direkt påverkan på den nivå av miljömässigt hållbarhetsarbete ett företag har genom att ställa krav (Carter & Carter, 2011). Dessa miljökrav har påvisat att ha ett stort inflytande hos företag och de är mer benägna att implementera miljögynnande åtgärder om företagen blir bemötta av dessa krav (ibid). Vidare har företag i synnerhet påverkats av deras kunder gällande inköp av transportfordon (Carter & Carter, 2011). Det finns en tydlig trend av att kunder har en stor påverkan på inköp av miljömässigt hållbara transporttjänster och fordon, som till exempel elbilar (Björklund, 2011). Slutligen kan man se att frånvaron av miljömässiga krav från kunder kan ha en motsatt effekt och kan agera som ett motstånd för miljöomställning i företag (ibid).

## 5. Empiri

---

*I följande kapitel kommer empirin presenteras i form av den insamlade datan från en kvantitativ enkät gällande hållbara transporter för att skapa en bild gällande allmänhetens åsikter. Kapitlet kommer även presenterat information som samlats in i samband med de kvalitativa intervjuer som genomfördes för att skapa en uppfattning kring hur transportföretag arbetar med miljömässig hållbarhet. Intervjuerna ämnar att huvudsakligen besvara den första frågeställningen medan enkäten skapades för att ge underlag till den andra frågeställningen.*

---

### 5.1 Hur arbetar transportföretagen med miljömässig hållbarhet i deras transporter?

I en intervju med en Business process manager (BPM) på DHL förklaras hur de arbetar med miljömässig hållbarhet. Under intervjun beskrivs tre punkter som DHL huvudsakligen arbetar med. Det största området som DHL arbetar med är att reducera användningen och beroendet av fossila bränslen som de har i sin försörjningskedja och framförallt deras transporter. Med hjälp av att sätta upp mål och successivt uppnå dem ställer de om sin verksamhet för att kunna halvera sina koldioxidutsläpp till 2025, för att 2050 vara helt utsläppsfria genom deras zero emissions program.

BPM beskriver hur DHL reducerar sin användning av fossila bränslen genom att köpa in och utveckla energieffektivare fordon, samt att ställa om sin verksamhet i stor grad till en elektrisk fordonsflotta. Vidare beskrivs hur de uppnått en milstolpe då de nu har två fabriker i Tyskland som utvecklar och producerar helelektriska fordon. I intervjun framgår det att DHL har 12 000 helelektriska fordon i drift i Tyskland. Intervjuobjektet berättar vidare att det i Sverige är investeringar i gaslastbilar och helelektriska lätta lastbilar som dominerat. Den första helelektriska 60 tons lastbilen testkörs på vägarna och utvecklas vidare, samtidigt som 328 tunga lastbilar som drivs på 100 procent biobränsle är i drift.

Intervjuobjektet beskriver hur DHL arbetar inom stadskärnorna, där de fokuserar på att minska de utsläpp som kommer till följd av Last-Mile leveranserna. De gör detta genom att öka deras användningen av cyklar och eldrivna fordon. Respondenten berättar hur de samarbetar med lokala åkerier som samlastar och levererar paket med så hög fyllnadsgrad

som möjligt med elektriska lastcyklar. Investeringar av elektriska paketbussar för leveranser inom stadskärnor har blivit allt vanligare de senaste åren. Intervjuobjektet förklarar däremot att det finns en viss problematik gällande elektrifiering av fordonsflottan på vissa ställen, då laddinfrastrukturen för elbilar inte är särskilt utvecklad överallt. Det är därför lättare för de mindre utlämningsfordonen såsom de mindre elbilarna, då dessa kan laddas i DHL:s anläggningar över nätterna.

Vidare under intervjun förklarar respondenten hur DHL globalt fokuserar på att driva deras anläggningar på ett sätt som genererar så låg miljöpåverkan som möjligt. Detta genom att framförallt säkerställa att all el som de använder är producerad på rätt sätt (grön el). Arbetet med grön el beskrivs som enkelt i Sverige i och med att grön el i princip är standard.

Respondenten förklarar hur DHL har krav på sina åkare och underleverantörer. De har krav vad gäller trafiksäkerhet, arbetsmiljö och framförallt miljöaspekter. Detta följs upp genom att förarna registrerar färdsträckan, bränslet och euro-klassen i en applikation. Denna information undersöks noggrant för att DHL:s krav ska vara uppfyllda. Informationen används även som underlag till utsläppsberäkningar och liknande.

BPM berättar vidare om företagets miljöarbete och förklarar om deras tjänst "skicka grönt". Detta är en tjänst som innebär att ett pakets koldioxidutsläpp reduceras med 100 procent någonstans i leveranskedjan. Detta kommer med en tilläggsavgift på 4 kr exklusive moms. Respondenten beskriver att processen bygger på *fossilfritt Sveriges* definition av fossilfritt, vilket förklaras som ett av regeringens nätverk. Det går ut på att DHL producerar grön el med hjälp av förnybara bränslen.

Vidare i intervjun framgick det att DHL har flera val vad gäller utbildningsprogram och kurser om hållbarhet. Detta för att ge en bild om att alla är en del av problemet, men kan samtidigt vara en del av lösningen. Information om källsortering, ekologiskt och miljövänligt producerad mat och liknande går att få exempelvis.

Vidare intervjuades en regional verksamhetsutvecklare på fordon och avtal på företaget Postnord. Personen kommer härnäst att benämnas som RVU. RVU berättar att sina

arbetsuppgifter omfattar miljömässig hållbarhet och förklarar att Postnord är ett transportföretag som är huvudsakligen verksamma i Sverige, Norge och Danmark.

RVU förmedlade att arbeta med hållbarhet alltid varit en prioritet för företaget men arbetet med just miljömässig hållbarhet började år 2010 då företaget skulle minska koldioxidutsläppen med 40% till 2020, ett mål som Postnord klarade. Därefter satte de ytterligare två delmål. Det ena innebar att minska koldioxidutsläppen ytterligare med 40 procent till 2024. Det andra var att Postnord ska ha utsläppsfria last-mile leveranser till 2027. Det miljömässiga hållbarhetsarbetet handlar primärt för företaget att reducera koldioxidutsläppen.

RVU menar att i dagsläget, arbetar företaget till att bli utsläppsfria till 2030 och förklarar att det är inte bara företaget som ska bli det, utan också underleverantörerna. Vidare förklaras det att deras miljömål blev nyligen godkända av Science Based Target. Respondenten förklarar att det är en organisation som hjälper företag att reducera utsläpp, till den graden att de överensstämmer med Parisavtalets mål. Det framkommer att hållbarhet är en viktig aspekt för företaget att arbeta med och verksamhetsutvecklaren uttrycker att de inte vill bidra till klimatförändringarna.

För att uppnå dessa mål, förklarar RVU att de arbetar med att elektrifiera fordonsflottan. Företaget har köpt in 850 elektriska utdelningsfordon och 250 elektriska skåpbilar samt 5 elektriska lastbilar. Vidare har företaget också köpt in 28 gaslastbilar i år. Denna omställning äger rum utöver hela verksamheten. Respondenten menar att för att kunna lyckas detta, måste det finnas infrastruktur, vilket ger konsekvensen att det tar tid. Ett exempel på detta är att det måste finnas tillräckligt med ström inne på enheterna för att försörja bilarna. Postnord är numera fossilfria i Göteborg och Mölndals miljözoner och i dessa områden kör de på HVO eller el. RVU menar att HVO står för hydrerar vegetabilisk olja och är fossilfritt upp till 99,9%.

De senaste åren har elcyklar används i en mindre utsträckning menar RVU. Detta är på grund av att brevvolymer har haft en stor minskning. Detta har lett till att postnord gör en varannan

dags utdelning och att varje område blir större vilket resulterar i en stor svårighet för cyklar att täcka dessa områden med cykel. Cyklarna har blivit utbytta till mindre elbilar.

Vidare för RVU fram att det är deras mål att ha det fossilfritt när de kör ut brev eller paket till enheterna, och därefter från enhet till slutkund i hela Sverige. Vad det gäller last-mile, har Postnord ett mål att uppnå det senast år 2027. En aspekt som försvårar det miljömässiga hållbarhetsarbetet för Postnord är det inte finns tillräckligt med HVO i vissa län. Eftersom det inte är möjligt att införskaffa sig de kvaliteterna som Postnord behöver, gör det omställningen omöjligt i vissa län. Respondenten menar också att HVO är 5 kr dyrare per liter skapar stora kostnader för företaget men motiverar inköpet genom att säga att det är värt det för att bidra till en reduktion av koldioxidutsläpp.

Den regionala verksamhetsutvecklaren förklarar att det skiljer sig mycket hur Postnord arbetar med miljömässig hållbarhet jämfört med deras konkurrenter. Ett exempel som respondenten för fram är de nyare aktörerna på transportmarknaden som Budbee och Instabox. De arbetar med privata entreprenörer som transporterar deras paket och har stickkontroller på att förarna kör fossilfritt. Om det påvisas att de inte följer detta krav får de en bot på 500 kr. Respondenten menar på att det inte funkar så bra och har fått indikationer att det är få personer som kör fossilfritt och det på grund av att prisskillnaden är stor. RVU förklarar att de inte arbetar som DHL heller med att ha gröna leveranser som ett tilläggsalternativ utan att använder sig av fossilfritt på de leveranser som har möjlighet till det. Postnord tar sedan ett högre drivmedelstillägg på dessa transporter som gör att det blir dyrare för kunderna.

Gällande framtida mål har Postnord, utöver satsningen att elektrifiera all sin verksamhet till 2030, en ambition att väsentligt förbättra körsträckan på sina elbilar. RVU förde fram att i Norrland behöver bilarna köra 30-40 mil per dag och i dagsläget har elbilar en kapacitet på 12 mil. För att uppnå målet för år 2030 behövs stora investeringar i elbilar.

## 5.2 Vilka hållbarhetskrav har allmänheten på transportföretag?

I följande kapitel förs det fram vad enkäten och intervjun för fram gällande allmänhetens hållbarhetskrav på transportföretag och i synnerhet vad deras krav är på Postnord och DHL.

### 5.2.1 Resultat av intervjun

BPM förklarar i intervjun att det finns ett driv och en vilja från kunderna att välja miljövänligare alternativ. Problemet som finns är däremot att priset för dessa tjänster är någorlunda högt, vilket resulterar i att många kunder inte har möjlighet att välja ett miljövänligare alternativ att transportera sitt gods. BPM förklarar att viljan att förbättras finns, men betalningsviljan hos kunderna är ännu låg för dessa tjänster.

Vidare i intervjun beskrivs hur logistikavdelningarna på företag oftast inte har extra utrymme i budgetarna för att ha möjlighet att välja dyrare alternativ, oavsett anledning. Detta medför till den lägre betalningsförmågan för denna typ av tjänst. BPM berättade om ett exempel där en kund ville lägga till "skicka grönt" tillvalet på alla framtida transporter. Ett problem upptäcktes tidigt i processen då det inte fanns utrymme i budgeten att betala 10 procent extra för transporterna för detta tillval. Det slutade med att koncernchefen kopplades in som tog ett strategiskt beslut att täcka dessa kostnader. Detta för att uppfylla deras kunders krav, samt ligga i framkant vad gäller konkurrenters miljöarbeten. Senare i intervjun förklarar BPM att flera företag tar strategiska beslut vad gäller miljöinvesteringar för den positiva marknadsföring som det för med sig.

BPM menar att privatpersoner har en vilja att välja miljövänligare alternativ, men att det finns för få, om några alls i många fall. Detta då e-handlare inte lagt till "skicka grönt" eller andra företags miljövänligare alternativ som ett tillval vid utcheckningen på deras hemsidor.

Respondenten förklarar att vid flera tillfällen har e-handlare beskrivit att det finns svårigheter att få till detta vid utcheckningen på grund av tekniska svårigheter.

Postnords verksamhetsutvecklare förde fram i intervjun att de har märkt att slutkunder, alltså privatpersoner väljer bort de som inte arbetar med miljömässig hållbarhet och att de är mer benägna att välja ett miljövänligare transportalternativ vid utcheckningen i en webbutik. Postnord ser ett ökande krav från deras företagskunder att de ska transportera sina varor på ett mer miljövänligt sätt. På andra sidan menar respondenten att företag är mindre villiga att välja bort transportföretag på grund av att de har ett dåligt miljöalternativ på deras transporter. Detta kan man jämföra med privata kunder som har låg tolerans och kan lätt byta transportör om gröna transporter inte erbjuds.



### 5.2.2 Resultat av enkäten

Enkäten publicerades på skribenternas sociala medier och fick totalt 88 svar. 52 personer av dem som svarade var män, 34 personer var kvinnor och 2 identifierade sig som annat. Vidare framgick det att 44 personer var mellan 18-29 år, 9 respondenter var mellan 30-39 år, 10 av de svarande var mellan 40-49 år, 19 personer var mellan 50-59 och till sist var 6 stycken av respondenterna över 60 år.

Den största delen av respondenterna tjänade mellan 40 000 - 50 000 kr i månadsinkomst före skatt. Vidare tjänar 9 stycken av respondenterna 0-11 000 kr och 20 000 - 30 000 kr.

Resterande av respondenterna, 15, 18 och 17 stycken tjänar respektive 11 000 - 20 000, 30 000 - 40 000 och mer än 50 000 kr i månadsinkomst före skatt. Nästa fråga som respondenterna besvarade var hur frekvent de beställde produkter online. De flesta, 47 personer, valde 1-3 månader, 35 personer beställde mellan 1-5 gånger varje halvår, 8 personer gjorde det 1-3 gånger i veckan och resterande av respondenterna (2 stycken) svarade att de beställer produkter online färre än två gånger om året.

Vid förfrågan om respondenterna tar hänsyn till miljöpåverkan när de väljer transportör av sina beställda varor, svarade 60 av respondenterna att de inte gör det medan 28 personer gör det, se diagram 1 under bilagor nedan. Nästa fråga berörde de som svarade ja på tidigare fråga, vilket var 28 stycke av respondenterna, se diagram 2 under bilagor nedan. Frågan handlade om vilka miljöaspekter man isåfall tar hänsyn till. Respondenterna var eniga att reducering av koldioxidutsläpp är den viktigaste aspekten men gav olika svar gällande hur reduceringen ska ske eller till vilken grad. Vissa respondenter ansåg att det var mycket viktigt att det ska vara fossilfritt "till dörren" genom elbilar. Andra ansåg att det var viktigt att det man beställde producerades nära och därmed hade en kort transportsträcka. Vissa menade att de inte har läst på vad det innebär men när ett leveransval är märkt med en "miljöklassning" eller "bra miljöval" väljer de oftast det alternativet.

Större delen, 59 av respondenterna anser att de kan tänka sig att betala mer för att få sina produkter levererade på ett miljövänligt sätt, medan 29 personer av dem ansåg att de inte var

villiga. Nästa fråga berör bedömningen av de miljövänliga alternativ som finns för leveranser. Där 1 är dåligt och 10 är bra. Flest respondenter besvarade en femma, och 42 personer valde mer åt det dåliga håller, mellan 1-4, se diagram 3 under bilagor nedan.

Vid förfrågan om synen på hållbarhet kommer att förändras i framtiden och på vilket sätt, svarade större delen respondenterna att den kommer förändras och på ett positivt sätt. Andra respondenter ansåg att det inte kommer att förändras. Vidare gav respondenterna gav olika svar på vilket sätt denna förändring kommer att se ut. En majoritet av respondenterna trodde att människor blir mer medvetna om miljöaspekter och att miljöfrågor kommer ta större delen av vardagen. Mer konkret menar vissa respondenter att "gröna" transporter kommer att bli mer vanligt och de flesta transportföretag kommer att ha en eldriven fordonsflotta.

## 6. Analys

---

*I följande kapitel kommer analysen presenteras i form av en blandning av empirin och slutsatser som författarna kommer fram till utifrån den. Kapitlet kommer även jämföra vad teorin och empirin påstår för att se liknelser och skillnader mellan dem.*

---

Det första steget vid implementering av grön logistik innebär att man som företag ska ta åt sig och tillämpa politiska beslut och regleringar på sin egen verksamhet (Sarkis et al. 2004). Jämför man detta med både DHL och Postnord, kan man se att de har gjort detta i olika former. DHL arbetar utefter FN:s globala hållbarhetsmål och ställde om ytterligare när Parisavtalet slöts. Postnord arbetar huvudsakligen utefter Parisavtalets mål, vilket innebär att hålla den globala medeltemperaturökningen under 2 grader. Steg två i processen innebär att företag ska påbörja och/eller fortsätta utveckla den teknologi som effektiviserar och stödjer de processer som kan minska miljöpåverkan (Sarkis et al. 2004). DHL har under en period utvecklat helelektriska utdelningsfordon i egna fabriker i Tyskland. De forskar vidare med utveckling och framtagandet av helelektriska 60 tons lastbilar som i detta nu testköras på vägarna i Sverige.

Under intervjun med RVU framgick det inte att Postnord forskar själva eller utvecklar egen teknologi för att göra sin verksamhet mer miljömässigt hållbar. Nästa steg vid implementering av grön logistik innefattar investeringar och integration av nödvändiga logistikfunktioner för att möjliggöra en effektiv distribution (Sarkis et al. 2004). DHL:s ruttplanerings utveckling går hand i hand med detta steg. De har gjort investeringar för att vidareutveckla teknologin och integrationen av systemet i deras verksamhet för att minimera körsträckan, vilket minskar deras transportkostnaderna och utsläpp. Postnords motsvariga investeringar har huvudsakligen varit i form av en omställning från cyklar till mindre elektriska bilar, för att kunna täcka större områden under kortare tid. Det framgick även under intervjun att det ska finnas ambitioner att investera i elektriska fordon med längre körsträckor för att möjliggöra omställningen till helelektriska fordon på platser där körsträckan är väldigt långa såsom i norra Sverige exempelvis.

För att avgöra hur företagen arbetat med det fjärde steget blir svårt att göra då det innebär att en mer grundläggande utredning hade behövt göras och en djupdykning in i företagets ledning hade krävts, då det fjärde steget innebär att man som organisation skapar en effektiv ledning och utformar policys som är baserade på grön logistik konceptet (Sarkis et al. 2004). Vad vi har kunnat få fram vad gäller DHL i detta sammanhang är att de har tydliga policys gällande deras transportörer och underleverantörer att deras fordon förs fram på rätt sätt, drivet av rätt drivmedel. Detta kontrolleras med hjälp av applikationer som alla förare ska registrera. Postnord har istället infört miljözoner i större grad, vilket innebär att alla transporter inom vissa områden helt enkelt drivs fullt ut på HVO eller är elektriska.

DHL startade år 2008 ett globalt initiativ, vilket medförde att de skulle minska sina koldioxidutsläpp med 30 procent till 2020. Postnord gjorde en liknande satsning 2010, då de satte upp ett mål att reducera koldioxidutsläppen med 40 procent till 2020. DHL:s mål nåddes redan 2016, vilket banade väg för lanseringen av deras nya stora hållbarhetsatsning i form av Zero emissions 2050. Däremot nådde Postnord sitt mål hösten 2019, och valde därefter att sätta två delmål, det ena att minska koldioxidutsläppen med ytterligare 40 procent till 2024, och det andra att vara helt utsläppsfria vad gäller last-mile leveranser till 2027. Utöver detta så sattes även ett huvudmål till 2030 och som innebär att de ska vara helt fossilfria tills dess.

Analyserar man dessa två företag kan man se att synen på miljömässig hållbarhet ändrades runt 2010-talet, eftersom det var ungefär då som deras motsvariga hållbarhetsarbete startade. Jämför man Postnords ursprungliga mål med DHL:s, 40 procent respektive 30 procents reduktion av koldioxidutsläpp kan dessa siffror kännas stora. Man behöver därför ha i åtanke att DHL:s mål är globala och innefattar alla deras operativa processer, medan Postnord huvudsakligen är verksam i Sverige, men även Skandinavien. DHL ska vara utsläppsfria genom deras program zero emissions 2050, medan Postnord ska vara fossilfria 2030. Fossilfria och utsläppsfria är inte likvärdiga då fossilfritt enligt Fossilfritt Sverige är energi framställt av förnybara resurser, medan utsläppsfria innebär noll nettoutsläpp.

Både postnord och DHL påvisar goda indikationer på att deras transporter kommer att bli så kallade "hållbara transporter" inom snar framtid om det inte redan är det. Båda företagen

ställer om sina verksamheter i hög grad till elektriska fordon. DHL utvecklar ruttplaneringsystem för att minimera körningar och använder sig av cykel leveranser och liknande inom stadskärnan i städer. Postnord inför istället så kallade miljözoner där transporterna ska ske fossilfritt, vilket ofta resulterar i att leveranser sker i form av cykelbud eller mindre eldrivna fordon. Dessa åtgärder från respektive företag innebär en minskning av både utsläpp och buller exempelvis. Man kan tydligt säga att både DHL och Postnord försöker att uppnå "hållbara transporter" och försöker att implementera konceptet "grön logistik" på sina respektive verksamheter (Kutkaitis & Župerkienė, 2011).

Vid granskning av DHL och Postnords miljömål kan det tolkas som stora tidshorisonter fram tills dess att målen ska vara nådda. En förklaring till detta skulle kunna vara den tvetydighet som går att tolka av vissa kunders krav då högre krav ställs på företag att agera mer miljömässigt hållbart, samtidigt som de inte alltid är beredda att betala mer för eller investera i sådana lösningar (Evangelista et al. . 2013). DHL framför tydligt att de har fått indikationer på att privatkunder vill välja ett miljövänligare alternativ men att betalningsviljan inte finns för närvarande, detta är en uppfattning som delas av Postnord. Enkäten visade att privatkunder ansåg tvärtom, att man inte tar hänsyn till miljöpåverkan vid val av transportör men att de var beredda att betala mer vid val av ett miljövänligt leveranssätt.

Enkätens resultat pekar på att konsumenter anser att det finns en otillräcklighet i utbudet eller formen av miljövänliga leveransalternativ. Detta går att tyda, då de är villiga att betala mer men tar inte hänsyn till det vid orderläggningen. Detta är också evident då en stor del av respondenterna i enkäten uttryckte att leveransvalen i dagsläget inte var tillräckligt. Detta är också en uppfattning som delas med BPM på DHL som menar att konsumenterna vill ha miljövänliga transportalternativ men de tycker inte att det finns några bra sätt.

Enligt Björklund (2011), har konsumenter en direkt påverkan till vilken grad ett företag implementerar hållbarhetsarbete. Därmed är företag mer benägna att adoptera miljögynnande åtgärder om de får miljökrav mot sig från konsumenterna (Carter & Carter, 2011). Både DHL och Postnord håller med om detta och uttrycker att en huvudsaklig anledning till varför de utför denna omställning är för att de märker tydliga krav från kunderna att det ska finnas miljövänliga alternativ. Däremot kan det tolkas som att konsumenternas påtryckningar för

miljövänliga transporter inte har varit särskilt högt, i och med att det enbart finns få om några valmöjligheter alls vad gäller hållbara transporter för konsumenter vid handel online. Detta eftersom företags konsumenter direkt kan påverka den miljömässiga hållbarhetsnivån genom att ställa miljökrav (Carter & Carter, 2011).

På andra sidan, uttryckte en majoritet i enkätundersökningen att de inte tar hänsyn till miljöaspekter vid leverans, vilket kan ge en negativ påverkan på transformeringen till gröna transporter. Björklund (2011) förde fram att frånvaron av hållbarhetskrav från konsumenternas sida kan indikera för företag att det inte är av vikt att utföra miljögynnande omställningar och kan därför skada hållbarhetsarbeten.

## 7. Slutsats och vidare forskning

Både DHL och Postnord arbetar huvudsakligen med att minska sin användning och sitt beroende av fossila bränslen i sitt respektive miljöarbete. DHL använder mycket resurser till forskning och vidareutveckling av fordon och system för att snabbare kunna ställa om sin verksamhet. De ställer om sin verksamhet i stor skala till gasdrivna och hybridfordon men vill i den grad de kan i första hand ställa om till helelektriska fordon. Ruttplaneringssystem utvecklas och förbättras ständigt för att deras transporter ska ske på ett så effektivt sätt som möjligt. De utvecklar även teknologi för att göra det möjligt att köra deras 60 tons lastbilar på el. Postnord ställer jämväl om sin verksamhet till miljövänligare fordon. Framförallt använder de sig av motorer som kan drivas av HVO. De arbetar hårt med att bli fossilfria i miljözoner och i städer där de använder cyklar och eldrivna fordon i hög grad. Detta för att inte bidra till temperaturökningar och försöka hålla dessa globalt under 2 grader.

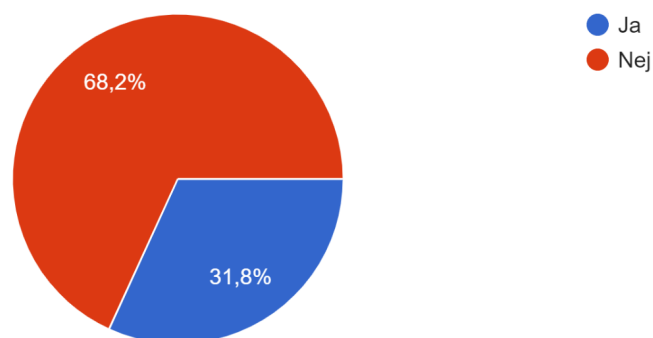
Enkäten visade att en större del av konsumenterna inte tog hänsyn till miljöpåverkan vid val av transportör, men att de hade kunnat betala mer för att få sin vara levererad på ett miljövänligare sätt. Samtidigt anser större delen av respondenterna på enkäten att det inte finns några bra miljövänliga leveransalternativ. Detta kan indikera att konsumenter vill använda sig av mer miljövänliga transporter men att utbudet av dem inte var tillräckligt. Postnord och DHL menar istället att konsumenter vill välja ett miljövänligare alternativ men att betalningsviljan inte finns för tillfället vilket motsäger enkäten som visade tvärtom.

Vidare uttryckte båda respondenterna i intervjun att konsumenter har en stor påverkan till vilken grad de implementerar hållbarhetsarbete. De ansåg också att de märker tydliga krav från kunderna att transporterna ska köras på ett miljövänligare sätt och att hållbarhetsarbete är väldigt viktigt. Respondenterna förde också fram att konsumenternas vilja är en huvudsaklig anledning till varför de utför miljöomställningarna. Enkäten visade tvärtom, att de inte tar hänsyn till miljöaspekter vid order placering vilket indikerar att de inte ställer så mycket krav på hållbara leveranser.

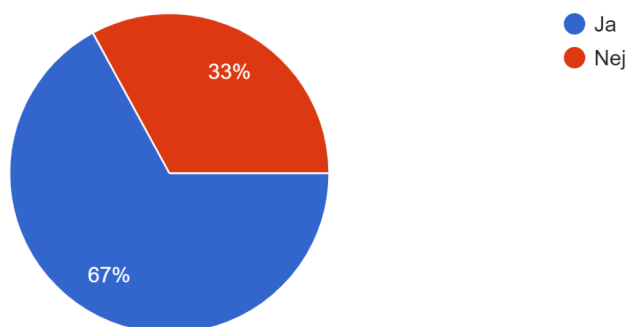
Ett förslag på forskning är att utöka antalet transportföretag som är med i studien för att få ett bredare perspektiv på hur det miljömässiga hållbarhetsarbetet ser ut i branschen. Vidare kan man undersöka om det finns skillnader med globalt miljöarbete jämfört med svenskt.



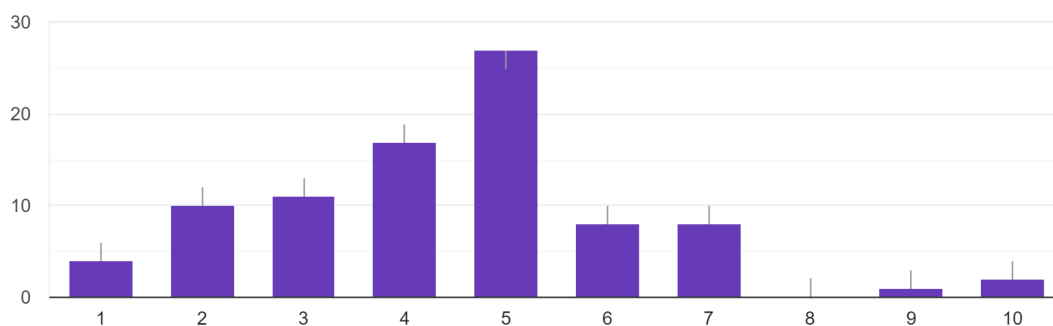
## 8. Bilagor



*Diagram 1: Hänsyn till miljöpåverkan vid val av transportör*



*Diagram 2: Villighet att betala mer för att få sina produkter på ett miljövänligt sätt*



*Diagram 3: Bedömning av miljöalternativ för leveranser från 1-10.*

## 8.1 Intervjufrågor

1. Vad är din position på Postnord/ DHL?
2. Hur länge har du arbetat för Postnord/ DHL?
3. Vad är dina arbetsuppgifter/ansvarsområde?
4. Vad är eran kärnverksamhet i organisationen?
5. Hur ser er verksamhet ut i Sverige?
6. Hur har miljöarbetet på Postnord/ DHL sett ut och hur har det utvecklats?
7. När blev miljöfrågor något som ni jobbar aktivt med?
8. Inom det miljömässiga hållbarhetsarbetet, vart lägger ni mest fokus? Vilket område är viktigast för er?
9. Skiljer det sig hur Postnord arbetar med miljömässig hållbarhet i Sverige och globalt?
10. Vad anser ni att allmänhetens krav på hållbarhet är på er som ett transportföretag? På vilket sätt märks dessa krav?
11. Skiljer det någonting mellan privatpersoners och företags hållbarhetskrav?
12. Den senare tiden har hållbarhetsfrågor inte syns så mycket i media vilket skulle kunna tolkas som att hållbarhetens vikt är mindre, tycker du att hållbarhetsarbetet har minskat generellt hos företag? Tror du att hållbarhetsarbete endast görs i transportbranschen för att det ska se bra ut?
13. Hur skiljer sig ert arbete med miljöfrågor till era konkurrenters miljöarbete?
14. När ni väljer samarbetspartners, ställer ni några specifika krav gällande hållbarhet på dem?
15. Anser du att miljövänliga transporter får var dyrare? Märker ni en betalningsvilja hos kunder att betala för just hållbara transporter?
16. Gällande framtiden inom hållbarhetsarbete, vilka investeringar kommer göras inom området och vad är era mål?

## 8.3 Enkätfrågor

Vilket kön har du?

- Man
- Kvinna
- Annat

Hur gammal är du?

- under 18
- 18-29
- 30-39
- 40-49
- 50-59
- Över 60

Vilken är din högst avslutade utbildning?

- Grundskola
- Gymnasieskola
- Högskola/universitet
- Inget av de ovanstående

Vad är din månadsinkomst före skatt?

- 0-11 000kr
- 11 000 - 20 000kr
- 20 000 - 30 000kr
- 30 000 - 40 000kr
- 40 000 - 50 000kr
- Mer än 50 000kr
- Vill ej ange

Hur ofta beställer du produkter online?

- Mer än fyra gånger i veckan
- 1-3 gånger i veckan
- 1-3 gånger i månaden
- 1-5 gånger varje halvår
- Färre än två gånger om året
- Aldrig

Tar du hänsyn till miljöpåverkan när du väljer transportör av dina varor?

- Ja
- Nej

Om ja, vilka miljömässiga aspekter tar du hänsyn till?

- Fri text att skriva själv.

Kan du tänka dig att betala mer för att få dina produkter levererade på ett miljövänligt sätt?

- Ja
- Nej

Tror du att synen på hållbarhet kommer att förändras i framtiden? På vilket sätt?

- Fritext

## 9. Källförteckning

Bryman, A., Bell, E., & Nilsson, B. (2011). *Företagsekonomiska Forskningsmetoder*.  
Upplaga 3 ed.

Björklund, M. (2011). Influence from the business environment on environmental purchasing: Drivers and hindlers of purchasing green transportation services. *Journal of Purchasing and Supply Management*, 17(1).

Carter., Craig, R., & Easton, P. L. (2011). Sustainable Supply Chain Management: Evolution and Future Directions. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 41(1).

DHL. (2022). *Om oss*. Hämtades 2022-05-17 från  
<https://www.dhl.com/se-sv/home/om-oss.html>

Europeiska unionen. (2015). European Union's End-of-life Vehicle (ELV) Directive. *End of Life Vehicles*.  
[https://web.archive.org/web/20150129021437/http://ec.europa.eu/environment/waste/elv\\_index.htm](https://web.archive.org/web/20150129021437/http://ec.europa.eu/environment/waste/elv_index.htm)

Europeiska revisionsrätten. (2021). *Hållbar finansiering: EU måste vidta mer konsekventa åtgärder för att styra om finansiering mot hållbara investeringar*.  
[https://www.eca.europa.eu/Lists/ECADocuments/SR21\\_22/SR\\_sustainable-finance\\_SV.pdf](https://www.eca.europa.eu/Lists/ECADocuments/SR21_22/SR_sustainable-finance_SV.pdf)

Evangelista, P., C. Coliccia, and A. Creazza. 2017. "Is Environmental Sustainability a Strategic Priority for Logistics Service Providers?" *Journal of Environmental Management* 198: 353–362.

Förenta Nationerna. (2018). *Agenda 2030 och de globala målen för hållbar utveckling*.  
[https://fn.se/wp-content/uploads/2018/10/Infomaterial\\_Agenda3030\\_komprimerad.pdf](https://fn.se/wp-content/uploads/2018/10/Infomaterial_Agenda3030_komprimerad.pdf)

Graneheim, U. H., Lundman, B. (2004). Qualitative content analysis in nursing research: concepts, procedures and measures to achieve trustworthiness. *Nurse Education Today*, 24(2), 105-112.

Granqvist, P. (2012). *CSR i praktiken: Hur företag kan jobba med hållbarhet för att tjäna pengar*. Liber.

Isaksson, K. (2012) *Logistics Service Providers Going Green-Insights from the Swedish Market*. [PHD, Linköpings Universitet]. Linköping University Electronic Press.

<https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:479727/FULLTEXT01.pdf>

Kutkaitis, A., Župerkienė, E. (2011). Expression of the Sustainable Development Concept in Seaport Logistics Organizations. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development* 2(26): 130–136.

Lumsden, K., Stefansson, G., & Woxenius, J. (2019). *Logistikens Grunder*. Fjärde Upplagan ed.

McKinnon, A., Cullinane, S., Browne, M., & Whiteing, A. (2012). *Green Logistics: Improving the Environmental Sustainability of Logistics*. 372 p. ISBN 100749456787

Naturskyddsföreningen. (2021). *Hållbara transporter*. Hämtad 2022-04-20 från

<https://www.naturskyddsforeningen.se/faktablad/hallbara-transporter/>

Naturvårdsverket. (2020). *Inrikes transporter, utsläpp av växthusgaser*. Hämtad 2022-04-20 från

<https://www.naturvardsverket.se/data-och-statistik/klimat/vaxthusgaser-utslapp-fran-inrikes-transporter/>

OECD. (2011). *OECD Guidelines for Multinational Enterprises*.

<https://www.oecd.org/daf/inv/mne/48004323.pdf>

Patel, R., & Davidson, B. (2019). *Forskningsmetodikens Grunder : Att Planera, Genomföra Och Rapportera En Undersökning*. Femte Upplagan ed. Print.

Postnord. (2022). *Om oss*. Hämtades 2022-05-20 från

<https://www.postnord.se/om-oss>

Kumar Singh, R., Kumar, P., & Chand, M. (2018). Evaluation of supply chain coordination index in context to Industry 4.0 environment. *Benchmarking: An International Journal*, Vol. 28 No. 5, 2021.

<https://www-emerald-com.ezproxy.ub.gu.se/insight/content/doi/10.1108/BIJ-07-2018-0204/full/pdf?title=evaluation-of-supply-chain-coordination-index-in-context-to-industry-40-environment>

Regeringskansliet. (2015). *Handlingsplan för företagande och mänskliga rättigheter*.

<https://www.regeringen.se/contentassets/1012abb0e5a84defa089a77eb6a5ee21/handlingsplan-for-foretagande-och-manskliga-rattigheter.pdf>

Shahmohammadi, S., Zoran, J. N., Steinmann, N., Tambjerg, L., Van Loon, P. J. M., King, H., Mark A. J., Huijbregts, M., (2020). Comparative Greenhouse Gas Footprinting of Online versus Traditional Shopping for Fast-Moving Consumer Goods: A Stochastic Approach. *Environmental Science & Technology*, 54(6): 3499-3509

Sarkis, J., Meade, L. M., & Talluri, S. (2004). E-logistics and the natural environment. *Supply Chain Management*, 9(4): 303–312.

SCB. (2017). *Miljöräkenskaper – Utsläpp till luft fjärde kvartalet 2017 samt preliminär statistik för helåret*.

<https://www.scb.se/hitta-statistik/statistik-efter-amne/miljo/miljoekonomi-och-hallbar-utveckling/miljorakenskaper/pong/statistiknyhet/miljorakenskaper--utslapp-till-luft-fjarde-kvartalet-2017-samt-preliminar-statistik-for-helaret-2017/>

Luthra, S., Garg, D., & Haleem, A. (2014). Green supply chain management Implementation and performance – a literature review and some issues. *Journal of Advances in Management Research* 11(1): 20-46.

Srivastava, S. (2007). Green supply-chain management: a state-of-the-art literature review. *International Journal of Management Reviews* 9(1): 53–80.

SO-Rummet. (2010) *Sverige under 1800-talet*. Hämtad 2022-04-29 från <https://www.so-rummet.se/kategorier/historia/det-langa-1800-talet/sverige-under-1800-talet#>

UN global compact. (2019). *The ten principles of the UN Global Compact*. <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles>

UN Human Rights. (2011). *Guiding principles on business and human rights*. [https://www.ohchr.org/documents/publications/GuidingprinciplesBusinessshr\\_eN.pdf](https://www.ohchr.org/documents/publications/GuidingprinciplesBusinessshr_eN.pdf)

World Commission on Environment and Development. (1987). *Our Common Future*. <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf>

WTO. (2014). *World Trade Report 2014 Trade and development: recent trends and the role of the WTO*. [https://www.wto.org/english/res\\_e/booksp\\_e/world\\_trade\\_report14\\_e.pdf](https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/world_trade_report14_e.pdf)

Yin, R.K. (2014). *Case study research: design and methods*. (5. ed.) London: SAGE.

Åkerinäringen. (2020). *Svart på vitt om åkerinäringen*. [https://www.akeri.se/sites/default/files/2020-06/Akerinaringen\\_Svart\\_pa\\_vitt\\_uppdaterad\\_06\\_11\\_uppslag.pdf](https://www.akeri.se/sites/default/files/2020-06/Akerinaringen_Svart_pa_vitt_uppdaterad_06_11_uppslag.pdf)