

Sådan kan I arbejde med energibesparelser i erhvervsvirksomheder

Indholdsfortegnelse

| | |
|--|----------|
| Til gavn for både kommuner og virksomheder | 1 |
| De gode argumenter vinder | 2 |
| Byg jeres indsats på data | 3 |
| En metode til at effektivisere indsatsen | 4 |
| Tjekliste til en succesfuld indsats | 5 |
| Hvem er vi? | 6 |

Til gavn for både kommuner og virksomheder

Der er mange lavthængende frugter at plukke i danske virksomheder, når vi taler energibesparelser. For at få identificeret og indfriet det store uudnyttede potentiale spiller kommunerne en afgørende rolle.

Og faktisk er det en givtig situation for alle. I kender argumenterne om, at energivenlige løsninger kan reducere belastningen af klimaet, at det for samfundet er mest hensigtsmæssigt at fremme energibesparelser. Og I ved sikkert også, at de fleste virksomheder kan spare på energiregningen, hvis de prioriterer indsatsen. Men husk også, at det kan være en god forretning for jeres kommune at gøre en ekstra indsats inden for energieffektiviseringer i erhvervsvirksomhederne. Dels kan det være med til at nå klimamålene for, hvor meget CO₂-udledningerne skal nedbringes. Dels kan en fokuseret indsats skabe jobs inden for klima- og miljøområdet.

Virksomhederne i jeres kommune kender I bedst. Og derfor er I og jeres kommune også en vigtig aktør, når energisparepotentialet skal identificeres, og den reelle indsats planlægges og effektueres.

I Energisparesekretariatet udvikler og formidler vi viden om energibesparelser til ikke-energitunge virksomheder. Indsatsen omfatter blandt andet en metode, som jeres kommune med fordel kan kopiere/eksekvere i mindre skala. På de næste sider vil vi således præsentere jer for en metode, som kan hjælpe jer i gang med arbejdet.

God læselyst

Energisparesekretariatet

De gode argumenter vinder

Når I begynder arbejdet med energibesparelser i jeres kommunes erhvervsvirksomheder, skal I sikre jer opbakning. Det både blandt jeres kolleger, hos jeres leder og på politisk niveau.

Her kan I møde barrierer af den ene eller den anden slags. Måske har jeres kommune allerede forsøgt sig med netværksgrupper uden succes. Måske synes nogle, at det ikke ligger inden for kommunens arbejdsområde, eller at det er en for stor administrativ opgave at løfte. Måske virker det ikke befordrende for arbejdet, når motivationen i virksomhederne ikke er større, end den er.

Vi ved godt, at det ikke giver sig selv. Nedenfor skitseres en række argumenter, som kan give jer opbakning til at arbejde videre:

- **Hvad er vores kommunes klima- /energimålsætning?**

Erhvervsvirksomhederne står typisk for mellem 30-60 pct. af CO₂-udledningen i en kommune, og potentialet ligger lige for. Det kan være et værdifuldt supplement til arbejdet med energieffektivisering af egen drift og kommunale bygninger.

- **Hvad er vores mål for jobskabelse?**

En målrettet indsats kan tilføje kommunen nye, rentable jobområder. Erfaringer fra andre kommuner viser, at der er blevet skabt op til 15 jobs i den enkelte kommune inden for miljø- og klimaområdet.

- **Kan vi optimere på indsatser og samarbejder vi allerede har?**

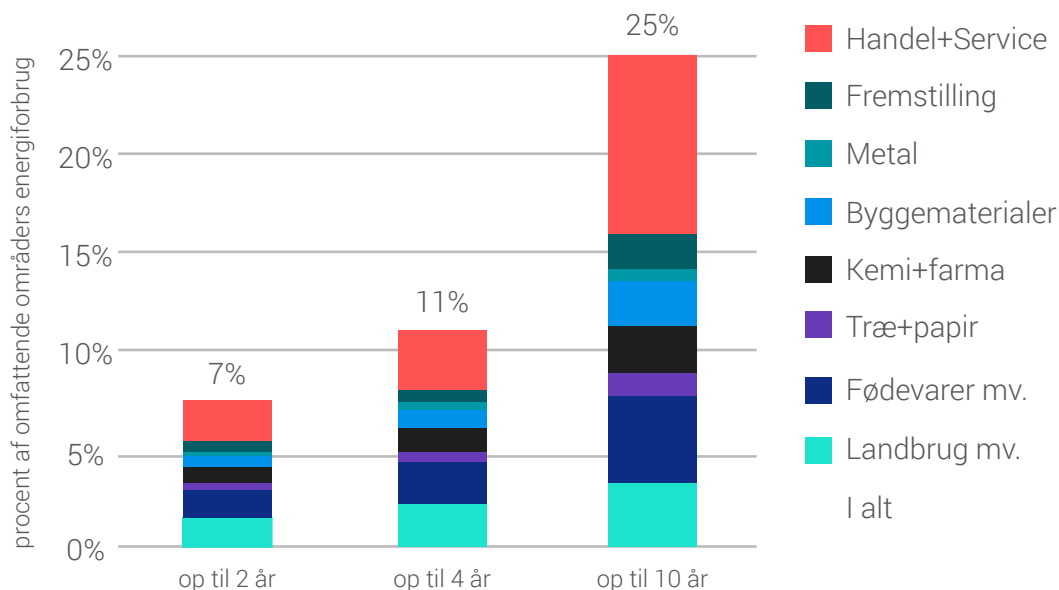
Der kan skabes ressourceeffektivitet og samspil med andre ordninger i kommunen i energispareindsatsen, fortæller kommuner, der allerede er i gang med arbejdet. Blandt andet ved at øge samarbejdet med energiselskaberne til også at inkludere erhvervsvirksomheder.

- **Kan vi skabe positiv synlighed?**

Ca. halvdelen af de danske kommuner har en mere eller mindre strategisk indsats over for deres erhvervsvirksomheder. De kommuner, der gør det målrettet og effektivt, høster stor opmærksomhed for deres indsats. Den kan bruges over for borgere og eventuelle tilflyttere.

Som kommune kan I også koble jer på Energisparesekretariatets indsatser. Følg med på spar-energi.dk/erhverv, hvor vi løbende lancerer kampagner med særlig fokus på brancherne: detail, engros, kontor og hotel & restauration. Her finder I også en række rapporter, der kan hjælpe jer i gang med jeres egen indsats.

Byg jeres indsats på data

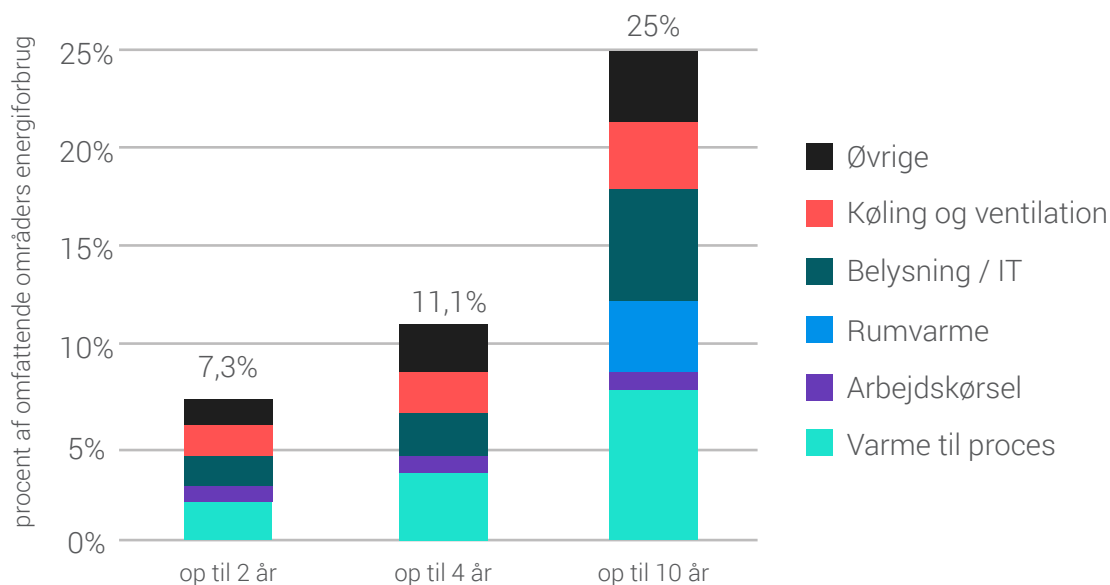


Jeres arbejde med energibesparelser skal tage udgangspunkt i, hvilken sammensætning af virksomheder jeres kommune har. Har i mange virksomheder inden for en bestemt sektor, og er der samtidig et stort energisparepotentiale i dens sektors primære slutanvendelser, er det et oplagt valg.

En af de rapporter, som I kan finde på spareenergi.dk/erhverv, kortlægger energisparepotentialerne i erhvervslivet. Ovenfor ser I energisparepotentialet fordelt på sektorer og på tilbagebetalingstid. Grafen viser landsgennemsnittet. Som I kan se, er der et særligt energisparepotentiale inden for Handel og Service. Potentialet vokser, jo længere tilbagebetalingstiden på investeringen er.

I grafen herunder ser I sparepotentialet fordelt på slutanvendelser og den gennemsnitlige tilbagebetalingstid for virksomhederne. Her kan I se, at der generelt er et stort potentiale for energibesparelser i forbindelse med belysning og med varme. Det betyder, at I med fordel kan sætte målrettet ind over for handel- og service-virksomheder i jeres kommune med fokus på deres belysning, opvarmning/køling og ventilation.

Jeres indsats over for virksomheder kan tage udgangspunkt i Energisparesekretariatets kampagner, der netop tager afsæt i data for energipotentialerne i de enkelte sektorer.



En metode til at effektivisere indsatsen

Vi ved, at det kræver en omhyggelig tilgang at planlægge en indsats, som udmønter sig i reelle energibesparelser. Til det formål har Energisparesekretariatet udviklet nedenstående metode. Den skal bidrage til, at I når de virksomheder, som har det største potentiale for at nedsætte deres energiforbrug, og at I når dem på tidspunkter og måder, så de er modtagelige for informationer, sådan at det også fører til decideret handling.

- 1. Ressourcer.** Den indsats, som jeres kommune skal i gang med, skal selvfølgelig afspejle de ressourcer, I har. Ressourcer kan være afhængige af mange ting lige fra det personlige engagement og medarbejdersammensætningen til sammensætningen af energibesparende aktiviteter, samarbejder, den politiske opbakning og de økonomiske midler på området.

Prøv at lave en ressourceafdækning ved at svare på følgende spørgsmål:





- **De interne ressourcer.** Hvor mange medarbejderressourcer har vi mulighed for at afsætte til energieffektiviseringer i erhvervsvirksomheder? Nu og her og på sigt? Er der ildsjæle på klima, energi og miljøområdet, som vi kan involvere? Hvor mange midler kan vi derudover afsætte?
- **De ydre ressourcer.** Findes der allerede eksisterende samarbejder, netværk eller ordninger, som vi kan gøre brug af? Fx handelsstandsforeninger, erhvervscentre el. lign. Eller skal vi starte noget op fra bunden? Hvordan er den politiske opbakning til energiindsatsen rettet mod erhvervsvirksomheder?

- 2. Branche.** Forhold jer til, hvilke typer af brancher der er i jeres kommune. Vælg en (eller flere), som er rigt repræsenteret. Se grafen på forrige side og find mere information på spareenergi.dk/erhverv.
- 3. Energipost.** Kig på den pågældende branches energipost. Hvor er det største potentiale? I kan få hjælp på spareenergi.dk/erhverv, hvor I blandt andet finder potentialerapporter og andre kortlægninger af erhvervslivets energiforbrug. Grafen på forrige side viser overordnet, hvilke slutanvendelser der især har et sparepotentiale.
- 4. Metode.** Foretag systematiske interviews med målgruppen. "What's in it for them?" – altså hvorfor skal de handle, som vi ønsker? En måde at svare på disse spørgsmål på er ved at kortlægge målgruppens hverdag og tidspunkter, hvor energibesparelser kan være relevant for dem (har de f.eks. en årlig gennemgang af virksomhedens processer). Det kunne I gøre ved at udvælge og interviewe 5-10 virksomheder, der repræsenterer forskellige typer inden for målgruppen. Gennem disse interviews kan I spørge ind til deres vaner. Hvor meget ved de? Hvor bevidste er de om energibesparelser? Og hvornår er de modtagelige for oplysninger?
- 5. Budbringer.** Hvem skal være budbringer af informationerne? Skal det være kommunens egne tilsynsfolk? Håndværkere? Handelsstandsforeninger? Eller noget helt fjerde?
- 6. Kommunikationsmiddel.** Skal I nå jeres målgruppe gennem info-materiale, som de får tilsendt, eller gennem et direkte møde? Tag udgangspunkt i den kortlægning, I har lavet under punkt 4, før I beslutter om det skal være en pjece, mødevejledninger eller oplæg, som skal overbevise virksomhederne om, at de skal spare på energien. I kan få hjælp til at målrette jeres budskab og skabe grobund for egentlig handling på spareenergi.dk/erhverv. Her findes analyser, der viser, hvilke argumenter, der virker bedst på de forskellige typer af målgrupper. Her findes analyser, der viser, hvilke argumenter der virker bedst på de forskellige typer af målgrupper.

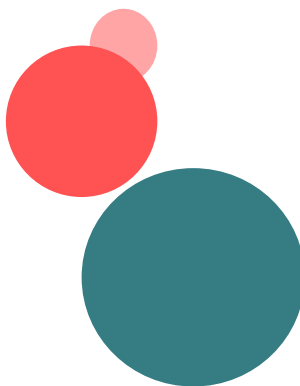
Tjekliste til en succesfuld indsats



Første hug er at øge virksomhedernes opmærksomhed på energiforbruget. Men for at kunne opnå succes, skal vi også have dem til at ændre adfærd. Det kan være, de skal udskifte pærerne med LED-belysning, at de skal leje nye eltrucks i stedet for de traditionelle, eller at de skal sætte lameller op, gå over til strålevarme eller genanvende overskudsvarme. Energivenlige løsninger kræver handling af en eller anden slags.

-  1. Gør det nemt at gøre det 'rigtige'. Kommuniker i konkrete og handlingsanvisende budskaber, som fx "Sluk for lyset, når du går" i stedet for den mere generelle: "Spar på strømmen". I skal populært sagt 'fjerne bøvlet', sådan at det er til at gå til for virksomhederne.
-  2. Gør det gode attraktivt. Skab opmærksomhed omkring det på forskellige måder. Fx kan det være, at virksomheden skal belønnes med omtale på jeres kommunes website eller lignende.
-  3. Gør det socialt. Fx ved at vise, hvad andre virksomheder har gjort før. I kan også gøre det socialt ved at den enkelte virksomhed, der sparer på energien, får mulighed for at dele det i sit netværk fx via (kommunens) sociale medier. En offentlig tilkendegivelse forpligter samtidig virksomhederne til at følge op på målene – de er simpelthen mere tilbøjelige til at foretage en ændring, hvis de en gang har tilkendegivet over for andre, at de vil gøre det.
-  4. Ha' god timing. Kontakt virksomhederne, når de er mest lydhyre og modtagelige over for budskabet. Det kan være, når de alligevel får lavet miljøtilsyn. Eller når de modtager deres elregning. Ha' som ambition at kontakte virksomhederne, når vaner i forvejen er oppe at vende.

Ovenstående model er inspireret af det engelske *The Behavioural Insights Team*.



Hvem er vi?

Energisparesekretariatet er sat i verden for at fremme realiseringen af energibesparelser i erhvervslivet ved at understøtte, identificere og videreformidle viden. Sekretariatet er placeret under Energistyrelsen og medvirker til at drive omstillingen til lav-emission ved at fremme realiseringen af energibesparelser i ikke-energitunge virksomheder. Det vil sige virksomheder, hvor der ikke er et specifikt fokus på energibesparelser.

Vi arbejder tværfagligt og har bl.a. ingeniør- og antropologbaggrund. Det betyder, at viden om adfærd bliver koblet med detaljerede datasæt og vigtige indsigter i energisektoren. Sekretariatet skal ikke opfinde den dybe tallerken eller bede deres målgruppe foretage store investeringer – det skal hjælpe virksomheder med at se mulighederne i det, de allerede gør, og hvordan de kan gøre det smartere. I den proces er kommunerne en vigtig samarbejdspartner.

Læs mere på spareenergi.dk/erhverv.

I er også velkomne til at ringe for sparring eller anden hjælp i forbindelse med jeres kommunes energiindsats i erhvervslivet.

Energisparesekretariatet - tlf. 3392 7704.

