

Elbesparelser på over 23%

Af Ove Mørch,
Cenergia

EU-projektet Energy Trophy+ har sat fokus på energibesparelser i hele EU. Især de nye medlemmer har udmærket sig ved at levere står besparelser på el, varme og vand. I Danmark er Ernst og Young samt Lundbeck gået forrest.

Hvilken kontorbygning kan spare mest mulig energi på bare ét år. Det er ideen bag EU-projektet Energy Trophy, som netop er blevet afsluttet. Og resultatet har været imponerende. Blandt virksomheder med et mindre energiforbrug - under 219 kWh/m²/år - vandt det bulgarske firma Library Silistra, mens franske CG42ROANNE løb med prisen i kategorien over 219 kWh/m²/år. I begge kategorier har besparelserne ligget på mellem 30 og 40 pct.

Energibesparelsen skal primært ske ved ændring af brugeradfærd og der må kun foretages mindre investeringer, så som til udskiftning af pærer til lavenergipærer o. lign. Konkurrencen blev i anden runde udvidet fra 6 til 18 deltagende lande.

I Danmark er det valgt at se udelukkende på den opnåede elbesparelse, idet varmebesparelserne var meget ens. Her opnåede Lundbeck en besparelse på hele 23,8 % og Ernst og Young en elbesparelse på 2,5 %. Ernst & Young løb havde i øvrigt meget succes med sin motivationskampagne og opnåede udover el- og varmebesparelser også en meget stor vandbesparelse på 800.000 på trods af at der i løbet af året blev ansat 50 nye medarbejdere. Ernst og Young er på den

baggrund kåret som dansk vinder af motivationskampagnen.

De danske vindere får overrakt deres præmier ved en workshop hos H. Lundbeck A/S, der afholdes d. 16. December. Her mødes lederne af kampagnen hos de deltagende danske firmaer og udveksler erfaringer fra det forløbne år.

Anden runde

Energy Trophy+ er anden runde af Energy Trophy konkurrencen, hvor første runde løb af stabelen i 2004-2005. Konkurrencen er igangsat på baggrund af EU-tilskud og er den centrale del af EU-projektet "Magnify succes: Extension of the European Energy Trophy competition to 18 countries"- "Energy Trophy+".

Konkurrencens første runde havde god succes - 38 deltagere opnåede i gennemsnit en besparelse på 7 % og vinderne en besparelse på over 30 %. Eksempler på deltagere i første runde og de opnåede besparelser:

- Frankrig: EDF: 7,01 %
- Tyskland: Desdner Bank Berlin: 19,36 %
- Ungarn: Biopetrol: 13,43 %
- Italien: Ducati: 15,62 %
- Storbritannien: Centrica Business Service: 31,28 %

Fordelen ved konkurrencen er at medarbejderne bliver aktivt involveret i konkurrencen - og i 'oplæring' i at se muligheder



Fortsat fra side 21

der bliver sat fokus på i nær fremtid. Samtidig viser projektet, at det er muligt at anvende de nyeste og mest energieffektive belysnings-teknologier til at skabe spændende butikker.

Igennem hele processen er der ikke kun sat fokus på indehavernes, men også på kundernes reaktioner overfor butikernes belysning - både før og efter. Projektets undersøgelser viser, at kunderne er "tilfredse" med butikernes belysning før, men efter at der er implementeret nyt belysningsdesign, kommenterer de belysningen positivt - også uden at være blevet bedt om kommentarer. Noget tyder altså på, at kunderne får en positiv oplevelse af butikken, når der er gjort noget ud af belysningsdesignet.

Også medarbejderne føler, at

deres arbejdsplads er blevet bedre. Efter implementering af nyt belysningsdesign er "dunkle pletter", blænding mv. forsvundet. Samtidig har flere udtrykt forventning om, at det nu er muligt at sælge flere af de mere eksklusive varer - netop fordi, butikken opfattes anderledes.

Der er en lang række barrierer, der skal overvindes og bearbejdes, for at lignende projekter kan lykkes. De fleste handler om god forberedelse. Projektets rapport omhandler derfor en række anbefalinger, der med fordel kan læses og anvendes af rådgivere og butikssindrettere, der vil arbejde med energieffektivt og attraktivt belysningsdesign.

Projektet er udført af OVE i samarbejde med Energirådgiveren, Rambøll Lys, Dansk Detail Indretning, NRGi, Lemvig Müller, ON THE SPOT og butikssindrettere.

Projektet og dets resultater vil om kort tid kunne ses på www.lysforum.dk.

Rapporten vil kunne findes på www.elforsk.dk - eller bestilles hos Marianne Bender, OVE e-mail: bender@ove.org.

Lysvariation giver flot effekt

for energibesparelser. Samtidigt ses det at deltage i konkurrencen som en måde at profilere sig på udadtil.

Ved starten af Energy Trophy+ fik deltagerne udleveret et 'Starter-kit', der er udarbejdet på grundlag af første runde af konkurrencen. Alle deltagere havde desuden mulighed for at finde inspiration på hjemmesiden <http://www.energytrophy.org/>, der løbende er oversat til dansk. Derudover er der udsendt månedlige nyhedsbreve (også oversat til dansk), der også kan downloades fra hjemmesiden af andre interesserede.

Vinderkategorier

På europæisk plan gives følge priser for størst opnåede energibesparelser (i % af referenceforbrug):

- Guld, sølv og bronze for hver af de to kategorier:
- deltagere med et forbrug under 219 kWh/m²/år
- deltagere med et forbrug over 219 kWh/m²/år

På europæisk plan gives der yderligere en pris for:

- Bedste oplysningskampagne

I Danmark er der kun én kategori, idet de danske deltagere ligger under 219 kWh/m²/år. Her gives guld for størst opnåede besparelse, guld for lavest elforbrug pr. medarbejder og guld for bedste oplysningskampagne.

Resultater af konkurrencen

Energy Trophy+ løb fra 1. september i 2007 til 31. august 2008 og såvel de europæiske som de nationale vindere er nu fundet. De europæiske vindere i de to kategorier blev:

Kategorien: < 219 kWh/m²/år (varme + el)

1. Library Silistra fra Bulgarien
2. CA Puy-en-Velay fra Frankrig
3. Olympus Europa fra Tyskland

De opnåede energibesparelser lå imellem 22 og 28%

Kategorien: > 219 kWh/m²/år (varme + el)

1. CG42ROANNE fra Frankrig
 2. peahoone fra Estland
 3. Dzukijos statyba administracija fra Letland
- De opnåede energibesparelser lå imellem 37 og 40%

Det fremgår således, at der som forventet, var størst besparelspotentiale hos de firmaer/institutioner, der havde det største forbrug.

I motivationskampagnen vandt på europæisk plan:

- Library Silistra (Bulgarien) – 2. Præmien gik til RWE Stoen (Poland) og 3. Præmien til SDIS42 (Frankrig).

De europæiske præmier uddeles ved en gallafest i Bruxelles i februar 2009.

Motivationskampagnerne

Virksomheder og institutioner, der påtænker at iværksætte en intern kampagne for at få medarbejderne til at skifte til en mere energibevidst adfærd kan hente meget inspiration i de vindende motivations-kampagner. Sammenfattende har kampagnerne bestået af følgende elementer:

- udvikling af en strategi for kampagnen
- nedsættelse af et dedikeret udvalg – evt. en enkelt person, som har kunnet bruge tid på at gennemføre og følge op på kampagnen
- detaljeret planlægning af aktiviteter
- løbende opfølgning op med påmindelse om at fortsætte med at være energibevidst – f.eks. i emails, artikler i interne nyhedsbreve
- løbende annoncering af de opnåede energibesparelser

En grundlæggende idé hos flere virksomheder har været at kampagnen skulle være direkte, sjov og overraskende. Til at føre dette ud i livet har man i flere kampagner benyttet sig af et gennemgående logo eller en maskot, som vist herunder (fra de 3 bedste kampagner):



Desuden har man udarbejdet enkle vejledninger til at sætte op på opslagstavler, som PC-skærmbaggrunde eller andre steder – igen gjort genkendelig med det valgte logo eller maskotten.

Også konkurrencer blandt medarbejderne i at komme med det bedste energisparelslogan blev iværksat.

Sammenfattende drejede det sig om at holde fast i opmærksomhed og interesse for energispareindsatsen gennem en enkel, løbende kommunikation - gerne med et humoristisk islæt.

Yderligere information

På hjemmesiden <http://www.energytrophy.org/> findes information om konkurrencen, de udviklede startpakker, de oversatte månedlige nyhedsbreve (oversat til dansk) samt beskrivelser af de vindende motivationskampagner. I Danmark blev deltagelsen koordineret af Cenergia Energy Consultants, som ligeledes kan kontaktes for yderligere oplysninger. Ove Mørck, Cenergia