

JAGTEN PÅ
DEN GEMTE

ENERGI

**FØLG KAMPAGNEGUIDEN,
OG HJÆLP KOLLEGERNE
MED AT FINDE
DEN GEMTE
ENERGI!**

Guide til adfærds kampagne



Energistyrelsen

TRIN 1 FÅ LEDELSENS
OPBAKNING
SIDE 4

TRIN 2 SÆT MÅL
SIDE 5

TRIN 3 FIND DE RIGTIGE
BUDSKABER
SIDE 6

TRIN 4 LEVENDE KAMPAGNE
FRA START TIL SLUT
SIDE 8

TRIN 5 SÅDAN MOTIVERER
I KOLLEGERNE
SIDE 10

TRIN 6 HUSK TEKNIKKEN – MED
KOLLEGERNES HJÆLP
SIDE 14

TRIN 7 FØLG OP
SIDE 15

CASE

LAVERE ELFORBRUG OG GOD STEMNING HOS FOSS SIDE 16

MEDARBEJDERNE GØR EN FORSKEL HOS SUN CHEMICAL SIDE 18

SPAR PENGE MED GODE ENERGIVANER!

SPAR OP TIL 10 % PÅ JERES ENERGI-REG-
NING MED GODE ENERGIVANER.

Erfaringer viser, at de fleste virksomheder og offentlige institutioner kan reducere deres energiregning med op til 10 % helt uden investeringer – blot ved at indføre gode energivaner i hverdagen.

I kan opnå endnu større besparelser ved at benytte en adfærds-kampagne til at indsamle ideer til energiforbedringer fra medarbejderne, der kender bygninger, maskiner, udstyr og arbejdsgange.

”Jagten på den gemte energi” er temaet for Energi-styrelsens materialer til adfærds-kampagner på arbejdspladsen. Materialerne sætter fokus på udstyr og på situationer, hvor det er muligt at finde energibesparelser, som mange overser i hverdagen.

Denne kampagneguide er skrevet til arbejdspladser, som vil gennemføre en adfærds-kampagne.

Guiden er skrevet til arbejdspladsens kampagneansvarlige. Den fører jer igennem syv enkle trin til en levende og effektiv kampagne. Med de gratis kampagnematerialer bliver det nemt for jer at gennemføre kampagnen. Bestil dem på SparEnergi.dk/adfaerd.

Inspiration fra andre

Bagest i denne guide kan I hente inspiration til jeres kampagne ved at læse om andre arbejdspladsers erfaringer med adfærds-kampagner.

” ENERGI-EFFEKTIVITET LÅ ALLEREDE
TÆT PÅ VORES VÆRDIER, OG SAMTIDIG
ER DET EN BESPARELSE, SOM VI KAN
SE PÅ BUNDLINJEN. ”

KIRSTEN HAUG,
KOMMUNIKATIONSKONSULENT
HOS FOSS.

TRIN 1

FÅ LEDELSENS OPBAKNING

Ledelsens blåstempling af kampagnen udgør ofte forskellen på succes og fiasko. Ledelsen skal afsætte de fornødne timer og ressourcer til kampagnen og sende et klart signal til medarbejderne om, at gode energivaner er en del af jobbet – f.eks. ved selv at gå forrest.

Tal derfor med ledelsen om:

- hvordan I vil lancere kampagnen
- hvordan ledelsen melder ud
- hvilke ledelsesniveauer I skal inddrage, og hvem der skal have ansvar
- hvilke belønninger og ressourcer ledelsen vil afsætte.

I dialogen med ledelsen kan I eventuelt benytte et beslutningsoplæg til ledelsen, der kan downloades sammen med de øvrige adfærdsmaterialer på: SparEnergi.dk/adfaerd.

” LEDELSENS OPBAKNING HAR HELT KLART GJORT DET NEMMERE AT GENNEMFØRE EN SUCCESFULD KAMPAGNE, FORDI DET HAR SENDT ET SIGNAL TIL MEDARBEJDERNE OM, AT GODE ENERGIVANER ER EN VIGTIG DEL AF AT ARBEJDE HOS OS. “
KIRSTEN HAUG, KOMMUNIKATIONSKONSULENT HOS FOSS.

TRIN 2 SÆT MÅL

Det er vigtigt, at I opstiller mål for indsatsen, hvis jeres kampagne skal blive en succes. I kan f.eks. sætte jer som mål, at I skal reducere jeres energiforbrug med en vis procent. Det kræver, at I har mulighed for at følge jeres energiforbrug – se boksen nedenfor.

I kan f.eks. sætte jer som mål, at:

- alt lys er slukket, når I går hjem, hver dag i hele kampagneperioden
- en særligt energislugende maskine er slukket, når I går hjem, hver dag i hele kampagneperioden
- formulere 10 gode energivaner, som kan gælde på arbejdspladsen, efter at kampagnen er slut
- kåre medarbejderen med de bedste energivaner hver uge i kampagneperioden

SPAR 5 % PÅ VARMEREGNINGEN, FOR HVER GRAD I SÆNKER RUMTEMPERATUREN I OPVARMNINGS-SÆSONEN.

- tage mindst 1 billede om ugen af en situation, som har med energibesparelser at gøre
- finde på mindst 5 forslag til energiforbedringer hver uge i kampagneperioden – I kan f.eks. indsamle dem via en fælles idékasse
- reducere det ugentlige energiforbrug med 5 % i forhold til ugen inden kampagnestart (hvis I nemt kan aflæse jeres energiforbrug før og efter kampagnen).

I kan selv finde på mål, der passer til netop jeres virksomhed.

SÅDAN KAN I FØLGE ENERGIFORBRUGET

Hvis I har et energistyringssystem, kan I aflæse arbejdspladsens energiforbrug dér. Typisk kan I aflæse både el-, vand- og varmemeforbrug.

I kan også få oplysninger om jeres energiforbrug gennem jeres energiselskab.

Aflæs jeres energiforbrug i minimum 1 uge før kampagnestart, f.eks. fra mandag til mandag, så weekendens forbrug også kommer med. Så har I et udgangspunkt at sammenligne med, når kampagnen kører.

TRIN 3

FIND BUDSKABER, DER PASSER TIL JER

Overvej kampagnebudskaberne, inden I går i gang. Det er vigtigt, at I vælger nogle energispareråd, der passer til jeres arbejdsplads. Involver om muligt en teknisk medarbejder, en fra HR og en fra kommunikation for at sikre, at jeres budskaber rammer rigtigt.

Nogle energispareråd kan det være en fordel at diskutere med leverandører og/eller andre fageksperter – f.eks. dem, der handler om jeres it-udstyr, klimaanlæg eller fintfølende maskiner.

Aftal også budskaberne med de relevante driftspersoner inden kampagnestart – f.eks. varmemesteren eller den it-ansvarlige. Det er afgørende, at jeres budskaber ikke kommer i konflikt med den daglige drift.

**I KAN HENTE INSPIRATION TIL
KONKRETE BUDSKABER PÅ MODSATTE SIDE.**

**SLUK COMPUTER OG SKÆRM, NÅR I GÅR HJEM
– OG UNDGÅ UNØDIGT ELFORBRUG.**

EKSEMPLER PÅ BUDSKABER

PÅ KONTORET

- Skru ned for varmen, når I lufter ud.
- Luft ud med gennemtræk i højst 5 minutter.
- Indstil alle radiatortermostater i rummet ens.
- Indstil radiatortermostaterne på højst 3. Det svarer til 21 °C.
- Sluk for skærme, arbejdslamper og lys, når I går til frokost, møde eller pause.
- Sluk for lys, skærm, projektor, smartboard osv., når I forlader mødelokalet.
- Sluk for lyset, når der er dagslys nok.
- Sluk for lys, computer, skærm, printer og kopi-maskine, når I går hjem.

SLUK ALT, NÅR I FORLADER MØDELOKALET – OG SPAR OP TIL 75 % AF APPARATERNES ELFORBRUG.

PÅ VÆRKSTEDET

- Sluk arbejdslamper og øvrigt lys, når I forlader rummet, eller når der er dagslys nok.
- I den kolde tid: Luk porten straks, når et køretøj er kørt ind eller ud.
- Sluk for rensebaren efter brug og uden for arbejdstid.
- Sluk om muligt for punktudsugning, når der ikke er behov for den.
- Sluk for kompressorerne uden for arbejdstid.
- Giv besked til den værkstedsansvarlige, hvis I bemærker lækager i trykluftsystemet.
- Udnyt truckkapaciteten, så du ikke kører med en halvt lastet truck.

EN LÆKAGE I TRYKLUFTSYSTEMET KAN KOSTE DYRT PÅ ELREGNINGEN.

I BUTIKKEN

- Sluk lyset efter jer på lageret og i baglokalet.
- Dæmp eller sluk lyset, når der er dagslys nok.
- Sluk lys og klimaanlæg/ventilator, når I lukker butikken.
- Tildæk åbne fryse- og kølemontre, når I lukker butikken.
- Sørg for, at der ikke er koldere end nødvendigt i køleskabe/-montrere (2-5 °C) og fryserne (-18 °C).
- Sørg for, at låger på køleskabe og fryserne lukker helt til. Udskift om nødvendigt defekte gummi-lister.
- Overfyld ikke de åbne køle- og frysemontre.
- Afrim fryserne jævnlige.
- Nedkøl ikke indeklimaet mere end nødvendigt, dvs. ikke under 24 °C om sommeren.
- Sørg for, at indgangsdøren ikke står åben i lang tid ad gangen, når der er tændt for varme eller køling i butikken.

SPAR PÅ DE ÅBNE KØLEMONTRETS ELFORBRUG VED AT TILDÆKKE DEM, NÅR I LUKKER BUTIKKEN.

SPAR PÅ KLIMAAANLÆGGETS ELFORBRUG VED AT SLUKKE DET UDEN FOR BUTIKKENS ÅBNINGSTID.

TRIN 4

LEVENDE KAMPAGNE FRA START TIL SLUT

Kampagnen får størst effekt, hvis I sørger for at gøre den levende hele vejen fra start til slut.

Det er en god idé at afgrænse kampagneperioden til 4-6 uger. Et intensivt forløb giver de største energibesparelser og gør det lettere at bevare motivationen.

Skyd kampagnen i gang

Fortæl alle om kampagnen, så de er med fra første dag. Sørg for, at alle kender de mål og budskaber, I har valgt at koncentrere jer om. Brug opslagstavler, e-mails eller andre kommunikationskanaler til at informere om kampagnen og om eventuelle belønninger eller konkurrencer. Fortæl også om kampagnen på et personalemøde eller på møder i de enkelte afdelinger eller grupper. I kan hente inspiration til at introducere kampagnen på SparEnergi.dk/adfaerd.

Brug kampagnematerialerne

På SparEnergi.dk kan I også bestille gratis kampagnematerialer, der passer til jeres arbejdsplads.

I må gerne sætte jeres eget logo på de trykte kampagnematerialer, så længe materialerne er til intern brug. Logoet må dog ikke dække eksisterende tekst eller logoer.

Placer materialerne på relevante steder – f.eks. ved lyskontakten, på køleskabet eller fryseren eller ved vinduer, der ofte er åbne. Så bliver I husket på de gode energivaner, når I er i situationen. Og fortæl medarbejderne, at de kan gøre det samme. I kan også alliere jer med rengøringspersonalet eller nattevagterne, så de sætter noter på ting, der står tændt uden for arbejdstid.

Hold dampen oppe

Det er vigtigt at holde dampen oppe, når kampagnen kører. Lav eventuelt en plan over jeres aktiviteter, og fordel jeres budskaber på ugetemaer. I kan f.eks. sætte særlig fokus på belysning i uge 1, it-udstyr i uge 2 osv. I hver uge kan I så bruge de kampagnematerialer, der passer til ugens tema.

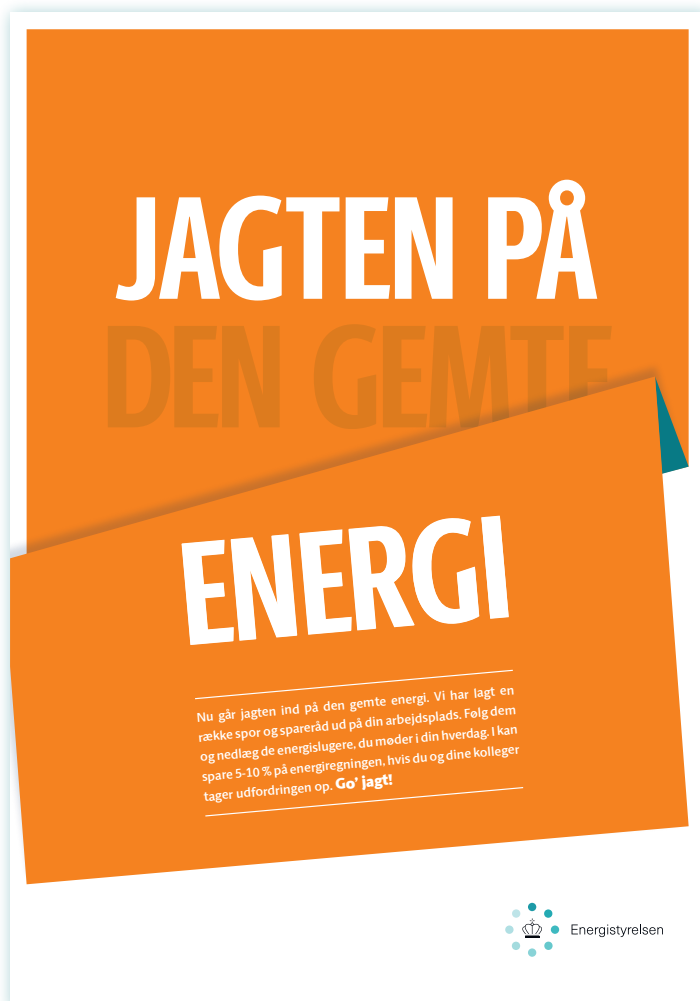
Hver uge kan I også fortælle om resultaterne af indsatsen, status på eventuelle konkurrencer og temaet i den kommende uge – f.eks. på fælles møder, på intranettet og/eller på en opslagstavle. Brug gerne humor, og vær direkte og konkret. I kan hente inspiration til de løbende opdateringer i kampagneperioden på SparEnergi.dk/adfaerd.

Afslut med manér

Når adfærdskampagnen er slut, er det en god idé at takke kollegerne for indsatsen og fortælle, hvad I opnåede med kampagnen. F.eks. via opslagstavler, en e-mail eller på et fælles møde. I beskeden kan I også opfordre dem til at tage de gode energivaner med hjem.

OP TIL 20 % AF ENERGIFORBRUGET PÅ ARBEJDSPLADSER GÅR TIL Udstyr, der er tændt, men ikke i brug.

EKSEMPLER PÅ MATERIALERNE TIL ADFÆRDSKAMPAGNE



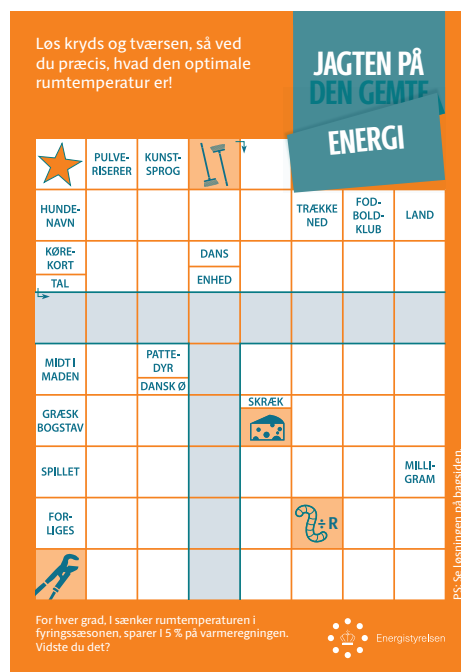
Plakat A2. Placer et centralt sted.



Post-it 75x100 mm
Placer på skriveborde, kantineborde, computere og lign.



Klistermærke 56x63 mm
Placer ved lyskontakter, computere eller andet udstyr, der kan slukkes uden for arbejdstid.



Gamekort 90 mm x 130 mm
Placer på f.eks. kantineborde, toilettdøre, opslagstavler og lign. Løsning: Enogtyve grader.

TRIN 5

SÅDAN MOTIVERER I KOLLEGERNE

I kan motivere jeres kolleger på en række forskellige måder. Her er nogle af dem:

Fælles sag – fælles præmie

Energibesparelser er en fælles opgave. Derfor skal alle kunne mærke resultaterne. I kan f.eks. udlove en fælles præmie, hvis I når jeres mål.

Konkurrencer giver kampgejst

Konkurrencer får kollegerne op af stolene og gør kampagneforløbet sjovt. I kan f.eks. lave ugentlige konkurrencer og en stor konkurrence for hele perioden. Vinderne kan I kåre på baggrund af besparelserne i hver bygning eller afdeling, hvis I kan måle dem. I kan også konkurrere på andre kriterier, f.eks. ved at optælle tændte maskiner eller tændt lys efter arbejdstid. Eller I kan konkurrere om ugens bedste energispareråd.

Sørg for at melde reglerne for konkurrencer ud på forhånd. Aftal præmier med ledelsen. Det kan f.eks. være tilskud til en firmafest, en frugtordning eller vinderkager. Husk at informere medarbejderne om resultaterne i løbet af perioden. Rundt gerne konkurrencer af med stor ståhej og præmieoverrækkelse.

” VI SIGER TIL VORES MEDARBEJDERE, AT UANSET OM DE KOMMER MED EN STOR ELLER LILLE IDÉ, SÅ ER VI GLADE. ALLE SKAL HAVE MULIGHED FOR AT BIDRAGE TIL PROCESSEN. DET ER BLANDT ANDET DERFOR, VI VALGTE AT ANERKENDE ALLE MEDARBEJDERE VED AT UDDELE FLYERS OG CHOKOLADE, DA VI RUNDEDE DEN FØRSTE MILLION KWH I BESPARELSER. “

CHARLOTTE BERG,
ENERGIKOORDINATOR HOS SUN CHEMICAL.

Ambassadører

Det kan være en god idé at få kolleger til at være ambassadører for kampagnen i de forskellige afdelinger eller bygninger. De kan hjælpe med at organisere indsatsen og gøre kampagnen nærværende og vedkommende for deres kolleger.

Gå efter ambassadører, som er anerkendte blandt deres kolleger. Det er desuden nemmere for den enkelte ambassadør at blive en god rollemodel, hvis han eller hun har cirka samme funktion som de andre i afdelingen. Ambassadørerne kan dog også være de lokale energiansvarlige, driftschefer eller lignende.

Det er afgørende, at ambassadørerne er helt klar over deres rolle. Hold et møde inden kampagnestart, hvor I fortæller om energibesparelser og om kampagneplanen og forsyner ambassadørerne med kampagne-materialer. Få løbende input fra ambassadørerne om, hvad der fungerer godt og mindre godt i kampagnen. De input kan I også bruge i evalueringen af kampagnen.

INDSTIL KOPIMASKINER OG PRINTERE TIL AT SLUKKE AUTOMATISK – OG SPAR 60-65 % AF DERES ELFORBRUG.

Synliggør potentialet og kollegernes bidrag

Informer jeres kolleger om, hvor mange penge jeres arbejdsplads bruger på energi i løbet af f.eks. et år. Vis dem også, hvor meget I kan spare ved at indføre gode energivaner. Lav om muligt et konkret regneeksempel, der viser, hvor meget I kan spare, hvis I alle sammen i et helt år følger 1 af de energispareråd, I bruger i kampagnen.

I kan også synliggøre fremdriften undervejs, f.eks. med dagskemaet, som er en del af kampagnematerialerne. Her kan hver enkelt medarbejder dag for dag krydse af, hvilke energispareråd han har fulgt og dermed se sit eget bidrag til kampagnen.

Vis, at kampagnen virker

Fortæl løbende om kampagnen på personalemøder, opslagstavler, intranettet, i personaleblade eller andre kanaler.

Hvis I følger jeres energiforbrug, kan I bruge plakaten med energikurven til at vise, at I er på vej mod målet. I kan sætte en glad smiley på energikurven, når jeres energiforbrug falder i en uge og en sur smiley, hvis det stiger. Hæng plakaten op et sted, hvor alle ser den, f.eks. ved kaffemaskinen.

OP TIL 40 % AF ELFORBRUGET I KONTORER LIGGER UDEN FOR ARBEJDSSTID.

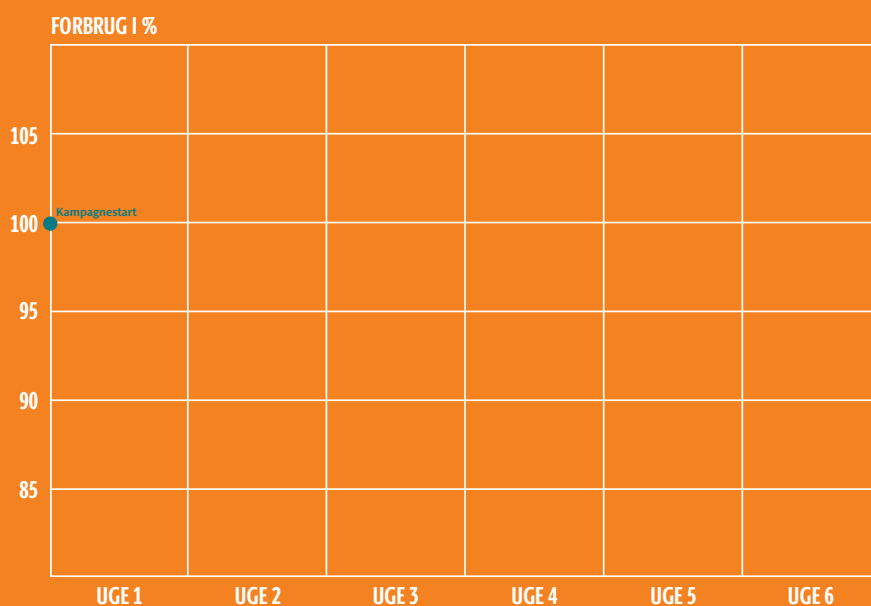
” DET ER VIGTIGT AT VISE, AT DET NYTTER NOGET AT VISE OMTANKE OG FÅ GODE ENERGIVANER – BÅDE PÅ ARBEJDSPLADSEN OG DERHJEMME. DERFOR HAR VI FULGT UDVIKLINGEN I ENERGIFORBRUGET FØR, UNDER OG EFTER KAMPAGNEN, OG VI HAR OPFORDRET MEDARBEJDERNE TIL AT FØLGE FORBRUGET. ”
KIRSTEN HAUG,
KOMMUNIKATIONSKONSULENT HOS FOSS.

SPAR 3 % AF KLIMAANLÆGGETS ELFORBRUG TIL KØLING, FOR HVER GRAD I HÆVER RUMTEMPERATUREN I SOMMERPERIODEN.

JAGTEN PÅ
DEN GEMTE
ENERGI

JAGTEN PÅ DEN GEMTE ENERGI ER GÅET IND!

Aflæs måleren hver uge,
og se hvor meget I sparer.



Sådan bruger I plakaten: Den grønne prik ved 100 % angiver jeres udgangspunkt. Hvis I vil skære 10 % af jeres energiforbrug, starter I med at trække en vandret sort linje med "Vores mål" ud for 90 %. Hvis I f.eks. på nuværende tidspunkt bruger 5.000 kWh om ugen, svarer det til 100 %. Hvis forbruget i den følgende uge kun er 4.900 kWh, er jeres forbrug altså faldet til 98 %. Regnestykket ser således ud: $\frac{4900}{5000} \times 100 = 98 \%$.



Plakat A2

Plakaten med energikurven er let at bruge. Den blå prik ved 100 % angiver jeres udgangspunkt. Hvis I vil skære 10 % af jeres energiforbrug, starter I med at trække en vandret sort linje med "Vores mål" ud for 90 %. Hvis I f.eks. på nuværende tidspunkt bruger 5.000 kWh om ugen, svarer det til 100 %. Hvis forbruget i den følgende uge kun er 4.900 kWh, er jeres forbrug altså faldet til 98 %. Regnestykket ser således ud: $\frac{4900}{5000} \times 100 = 98 \%$.

TRIN 6

HUSK TEKNIKKEN – MED KOLLEGERNES HJÆLP

I kan spare meget på energiregningen ved hjælp af teknik. Overvej f.eks., om I kan styre jeres belysning ved hjælp af bevægelses- og dagslyssensorer. Eller måske kan I indstille jeres udstyr mere energieffektivt. Monter eventuelt tænd og sluk-ure på noget af det.

Overvej også, om I med andre tekniske tiltag kan spare energi til belysning, ventilation, køling eller opvarmning. En teknisk gennemgang med en ekstern ekspert af f.eks. jeres ventilations- eller varmeanlæg kan være en rigtig god forretning.

Involver medarbejderne

Det motiverer at blive inddraget, og hvis I indsamler og bruger medarbejdernes gode ideer, vil I ofte kunne opnå store energibesparelser. De kender bygningerne, installationerne, maskinerne og arbejdsgangene.

Det er afgørende for motivationen, at I afsætter ressourcer til at håndtere de indkomne forslag. Fortæl kollegerne, hvilke forslag I går videre med og hvorfor – og fortæl om resultaterne. Lad eventuelt kollegerne følge fremdriften, f.eks. ved hjælp af processkemaet, som er en del af kampagnematerialet. I kan f.eks. oprette en fælles idékasse til energispareforslagene. I kan også få kollegerne til at komme med ideer vha. gamekortene, som er en del af kampagnematerialet.

Med en håndholdt elmåler kan medarbejderne blive involveret og hjælpe hinanden konkret ved at finde de mest strømslugende maskiner, hvor det er ekstra vigtigt at slukke for strømmen. Har I større energiforbrugende udstyr, kan I også kontakte leverandører og undersøge mulighederne for at slukke udstyret, skrue ned for det eller indstille det til at gå i dvale.

” UDEN MEDARBEJDERNES VIDEN OM DEN DAGLIGE DRIFT OG DERES AKTIVE DELTAGELSE ER DET SVÆRT AT FÅ IDENTIFICERET OG GENNEMFØRT ENERGIBESPARELSERNE. DERFOR HAR ALLE MULIGHED FOR AT KOMME MED FORSLAG TIL FORBEDRINGER, SOM VI DRØFTER PÅ VORES DAGLIGE TAVLEMØDER. FOR OS ER DET VIGTIGT, AT ENERGI ER BLEVET EN INTEGRERET DEL AF VORES LEANKULTUR OG DET LØBENDE ARBEJDE MED AT OPTIMERE PRODUKTIONEN. ”

CHARLOTTE BERG,
ENERGIKOORDINATOR HOS SUN CHEMICAL.

TRIN 7 FØLG OP

Drøft med ledelsen, hvordan kampagnen gik. Har I nået jeres mål? Hvad gik godt? Og hvilke udfordringer var der?

Sæt flere aktiviteter i gang

Når adfærdskampagnen er afsluttet, er det en god idé at følge op med flere sparetiltag. F.eks. er der meget at hente ved at udskifte gamle apparater og tekniske anlæg med mere energieffektive typer. Måske kan I bruge forslag, der kom frem under kampagnen.

Gentag kampagnen?

Følg op efter et stykke tid, f.eks. efter 1 år. Hvordan går det nu med energivagnerne, og er der behov for en kampagne igen?

Indfør energiledelse

Det kan være oplagt at gøre adfærdskampagnen til første skridt i en energiledelsesindsats på arbejdspladsen. Energistyrelsen har udviklet vejledninger i enkel energiledelse – læs mere på bagsiden af kampagneguiden.

Tag de gode energivagner med hjem

Tænk også videre end arbejdspladsen. Behovet for at spare på energien slutter ikke med arbejdsdagen. Private husstande står for ca. 30 % af Danmarks samlede energiforbrug, så der er mange penge at spare ved at tage de nye energivagner med hjem.

På SparEnergi.dk kan I få gode råd om, hvordan I kan nedbringe energiforbruget derhjemme.

” DET, DER DREV MEDARBEJDERNE, VAR, AT MAN KUNNE TAG ERFARINGERNE MED HJEM. DET TALTE MEGET. ”
KAREN MARGRETHE DAUSGAARD,
ENERGIKOORDINATOR I SKAT.

CASE

FOSS

LAVERE ELFORBRUG OG GOD STEMNING HOS FOSS

Plakater på centrale steder, sjove notitser og løbende opdateringer på intranettet har bidraget til, at 300 medarbejdere hos Foss i Hillerød har sænket deres elforbrug med 6 %.

Resultaterne er til at tage og føle på, når teknologi-virksomheden Foss skal beskrive den kampagne om gode energivaner, som virksomheden gennemførte på hovedkontoret i Hillerød. Ud over at sprede god stemning med små notitser og humoristiske nyheder på intranettet lykkedes det at reducere elforbruget fra januar til maj 2011 med 6 % i forhold til samme periode i 2010. Det fortæller kommunikationskonsulent Kirsten Haug, som var med til at gennemføre kampagnen.

”Det har øget vores fokus på gode energivaner. Der er helt klart sket en adfærdsændring på arbejdspladsen, og vi har opfordret til samme adfærd derhjemme. Folk er blandt andet blevet mere opmærksomme på at slukke lyset og slukke energikrævende apparater eller sætte dem i dvale, når de ikke er i brug,” fortæller Kirsten Haug.

Energigivne værdier

Adfærdskampagnen er udsprunget af et pilotprojekt på arbejdspladsen. Projektet, som hed Be bright – turn off the light, havde som mål at sænke det samlede forbrug med 2 % inden udgangen af 2012.

”Bedst mulig udnyttelse af naturens muligheder er en del af vores brand, så energieffektivitet lå allerede tæt på vores værdier. Samtidig er det en økonomisk besparelse for Foss. Derfor fik vi frie hænder til at gå i gang, og efter at pilotprojektet var gennemført, besluttede ledelsen at gennemføre en ny kampagne. Ledelsens opbakning har helt klart gjort det nemmere at gennemføre en succesfuld kampagne, fordi det har sendt et signal til medarbejderne om, at gode energivaner er en vigtig del af at arbejde hos os,” siger Kirsten Haug.

Fakta om Foss

Foss producerer udstyr til analyse og kvalitetskontrol af fødevarer, medicin og kemikalier. Virksomheden har omkring 1.150 ansatte på verdensplan. Hovedkontoret ligger i Hillerød, hvor 300 medarbejdere deltog i en adfærds-kampagne i april og maj 2011.

Medarbejdere vil have målinger

Foss har mange ingeniører, ph.d'er og andre højtuddannede ansatte, som blandt andet fremstiller måleudstyr til fødevarerindustrien. Derfor var det ekstra vigtigt for Foss-medarbejderne at kunne følge med i elforbruget fra pilotprojektet og det næste halve år frem.

"På den måde kan de ansatte se, at de gør en forskel. Vi har fulgt udviklingen i energiforbruget før, under og efter kampagnen, og vi har opfordret medarbejderne til også at følge forbruget. Det er vigtigt at vise, at det nytter noget med gode energivaner – både på arbejdspladsen og derhjemme," siger Kirsten Haug.

Lyt til engagerede medarbejdere

Foss har lagt stor vægt på at lytte til de medarbejdere, som er kommet med forslag til energiforbedringer.

"Når vi har skrevet om kampagnen på intranettet, har vi altid opfordret medarbejderne til at komme med forslag til energiforbedringer. Det har resulteret i forslag om alt fra at udskifte gamle køleskabe og bruge tænd og sluk-ure på printere og kopimaskiner til at opstille ladestandere til elbiler på arbejdspladsen. Det har helt sikkert understøttet medarbejdernes engagement," fortæller Kirsten Haug.

CASE

MEDARBEJDERNE GØR EN FORSKEL HOS SUN CHEMICAL

Sun Chemical i Køge har valgt at involvere og engagere sine medarbejdere i energiarbejdet. Det giver kontante besparelser på bundlinjen og styrker konkurrenceevnen.

Energi koster, og energibesparelser gør en kontant forskel på bundlinjen. Derfor er det vigtigt at involvere medarbejderne i energiarbejdet. Det er nemlig dem, der kan finde besparelserne på energiudgifterne. Det har de erfaret hos Sun Chemical i Køge, hvor energikoordinator Charlotte Berg arbejder med at involvere medarbejderne i virksomhedens energi-effektiviseringer.

”Vi har gjort energi til en del af vores leankultur for at gøre energiarbejdet synligt og engagere medarbejderne. Alle medarbejdere har mulighed for at komme med forslag til forbedringer, som vi drøfter på vores daglige tavlemøder,” siger Charlotte Berg. Dermed er energi blevet en integreret del af Sun Chemicals løbende arbejde med at optimere produktionen. Der er også en fast projektleder på energiområdet, der vurderer alle forslag og sørger for, at der er fremdrift i projekterne. Det gør en forskel – og det er vigtigt at fortælle medarbejderne om.

”Vi har styrket vores energikorps, som hjælper med til at holde fokus på effektiv brug af energi ude i de enkelte afdelinger. Og vi fortæller løbende om medarbejdernes forslag og resultaterne af gennemførte energiprojekter via opslag på produktionstavlerne, i nyhedsbreve og på menukort i vores kantine, pauserum og mødelokaler. Det er alt sammen med til at holde gryden i kog,” fortæller Charlotte Berg.

Alle forslag er vigtige – små som store
Ledelsen bakker op om energiarbejdet ved at afsætte ressourcer og penge til energiarbejdet.

”Det er vigtigt for at sikre medarbejderressourcer og penge til energiarbejdet,” siger Charlotte Berg.

Medarbejderne og energikorpset spiller også en central rolle for energiarbejdets succes. Uden deres viden om den daglige produktion og deres aktive deltagelse er det svært at identificere og gennemføre energibesparelserne.

”Vi siger til vores medarbejdere, at uanset om de kommer med en stor eller lille idé, så er vi glade. Det er vigtigt for os, at alle har mulighed for at bidrage til processen. Det er blandt andet derfor, vi valgte at anerkende alle medarbejdere ved at uddele flyers og chokolade, da vi rundede den første million kWh i besparelser,” fortæller Charlotte Berg.

Fakta om Sun Chemical

Sun Chemical producerer farvestoffer til trykfarveindustrien. Virksomheden har ca. 200 ansatte i Danmark og 11.000 på verdensplan. Den største afdeling i Danmark ligger i Køge, hvor 150 medarbejdere løbende bliver taget med på råd om energieffektiviseringer i produktionen.

4.700 MWh lavere energiforbrug

Medarbejderne hos Sun Chemical i Danmark har bidraget til energiindsatsen med forslag om alt lige fra etablering af LED-belysning, behovsstyring af lys og ventilation samt reparation af trykluftlækager til isolering af bygninger og opstilling af vindmøller.

I 2010 var virksomhedens mål en besparelse på 10 % af elforbruget og 6 % af gasforbruget sammenlignet med 2009.

” VI NÅEDE KUN EN BESPARELSE PÅ 5 % AF VORES ELFORBRUG, MEN TIL GENGÆLD OPNÅEDE VI EN REDUKTION AF GASFORBRUGET PÅ 15 %. DEN SAMLEDE BESPARELSE ER PÅ 4.700 MWH, OG DA VORES ENERGIFORBRUG LIGGER PÅ 43.500 MWH I 2010, SÅ ER DER RUNDT REGNET TALE OM EN BESPARELSE PÅ GODT 10 % ALENE I 2010. ”

**CHARLOTTE BERG,
ENERGIKOORDINATOR HOS SUN CHEMICAL.**

VIL I GØRE MERE?

Indfør energiledelse

I kan gøre adfærdskampagnen til første skridt i en energiledelsesindsats på arbejdspladsen. Med energiledelse systematiserer I jeres energiindsats, så I sætter ind dér, hvor I opnår de største besparelser.

Energiledelse behøver ikke at være en tung proces, men kan tilpasses jeres ambitioner.

Energistyrelsen har udviklet vejledninger, der gør det nemt at komme i gang med energiledelse på forskellige typer af arbejdspladser. Find dem på SparEnergi.dk/vejledninger-energiledelse.

Hvis I har brug for mere information om, hvordan I kan nedbringe energiforbruget, så læs videre på SparEnergi.dk.