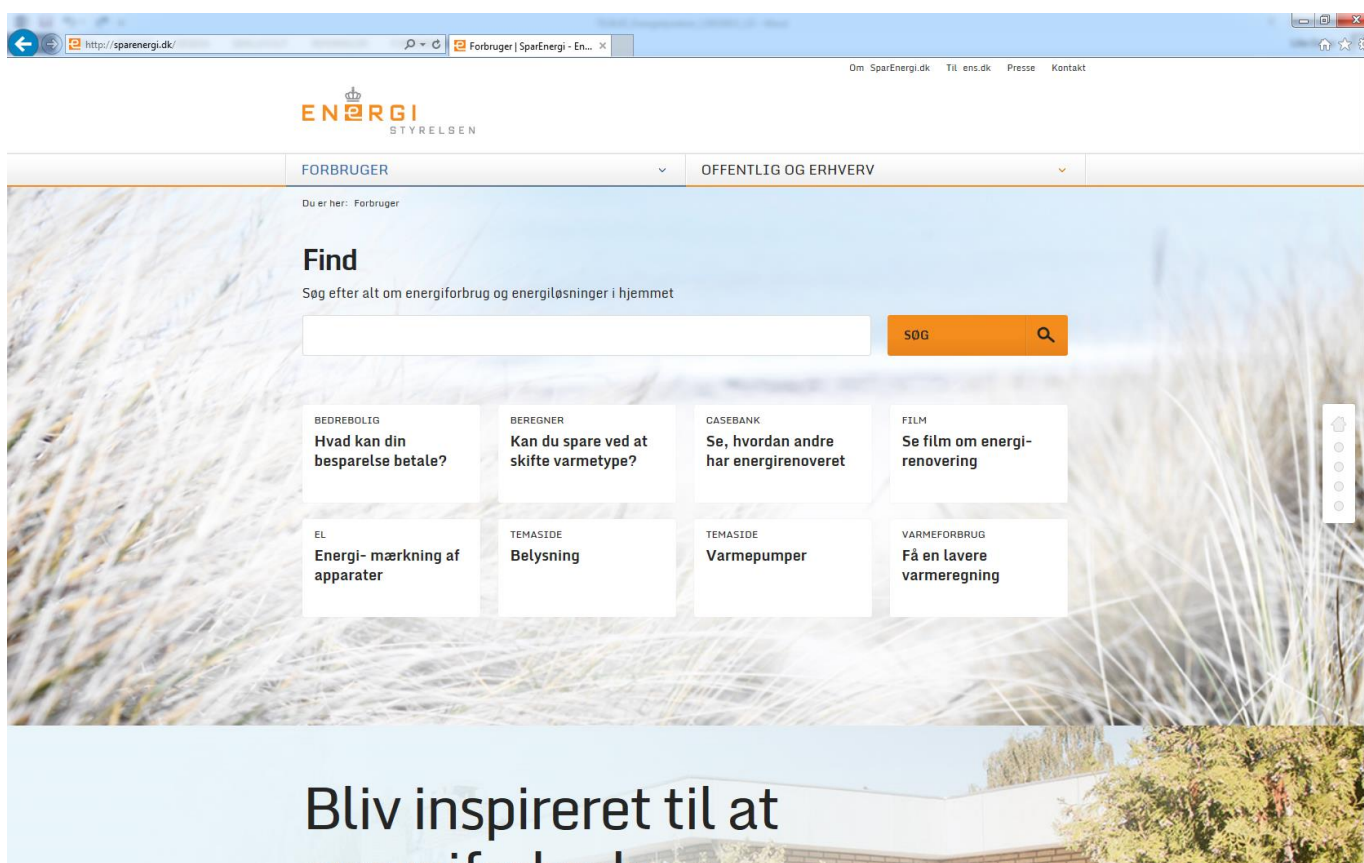


HOVEDRAPPORT

Evaluering af SparEnergi

ENERGISTYRELSEN

Januar 2016



INDHOLDSFORTEGNELSE

1.	BAGGRUND	2
1.	HOVEDKONKLUSIONER OG ANBEFALINGER	3
1.1	Overordnet konklusion og anbefalinger	3
1.2	Hovedkonklusioner og anbefalinger – private husstande	7
1.3	Hovedkonklusioner og anbefalinger – private virksomheder	11
1.4	Hovedkonklusioner og anbefalinger – offentlige organisationer	15

1. BAGGRUND

Regeringen har en målsætning om, at Danmark skal være uafhængig af fossile brændsler i 2050. For at realisere denne målsætning så omkostningseffektivt som muligt, er det også nødvendigt at gøre en indsats for at reducere energiforbruget. SparEnergi udgør i denne forbindelse et væsentligt element i Energistyrelsens indsats til fremme af energibesparelser.

Denne rapport er en evaluering af SparEnergi. Baggrunden for evalueringen af SparEnergi er et ønske om at få en vurdering af hjemmesidens funktionalitet samt input til, hvorledes hjemmesiden eventuelt i højere grad kan integreres med Energistyrelsen hjemmeside www.ens.dk.

Evalueringen skal give anbefalinger til:

- ✓ hvad der kan gennemføres for at sikre større effekt i forhold til at fremme energibesparelser?
- ✓ ændring af struktur og indhold i SparEnergi med henblik på at opfylde brugernes behov?
- ✓ aktiviteter, der kan gennemføres for at udbrede kendskabet og anvendelsen af SparEnergi?
- ✓ hvordan SparEnergi kan integreres bedre på ens.dk, sådan at det bliver tydeligt for målgrupperne, at SparEnergi.dk er et tiltag under Energistyrelsen?

Evalueringen har forholdt sig til SparEnergi's tre primære målgrupper:

- 1) private husstande: Ejere af en-familieboliger og beboere i etageejendomme (sidstnævnte er relevante ift. elforbrug til belysning og apparater),
- 2) private virksomheder
- 3) offentlige institutioner

Dette rapport indeholder hovedkonklusioner og anbefalinger til det fremtidige arbejde med SparEnergi på tværs af målgrupper og separat for hver af de tre ovenstående målgrupper.

1. HOVEDKONKLUSIONER OG ANBEFALINGER

Disse hovedkonklusioner og anbefalinger baserer sig på 3 delundersøgelser med forskellige målgrupper som genstandsfelt:

- Private husstande
- Private virksomheder
- Offentlige organisationer

I det kommende afsnit vil der kort blive opsummeret på tværgående konklusioner. Herefter gennemgås resultaterne for de 3 målgrupper én for én. Nedenstående fire anbefalingsbehov er skitseret i udbuddet for opgaven fra Energistyrelsen, og vi vil tage udgangspunkt i disse løbende, samt supplere med øvrige anbefalinger, der er opstået.

Anbefalinger til:

- ✓ hvad der kan gennemføres for at sikre større effekt i forhold til at fremme energibesparelser?
- ✓ ændring af struktur og indhold i SparEnergi med henblik på at opfylde brugernes behov?
- ✓ aktiviteter, der kan gennemføres for at udbrede kendskabet og anvendelsen af SparEnergi?
- ✓ hvordan SparEnergi kan integreres bedre på ens.dk, sådan at det bliver tydeligt for målgrupperne, at SparEnergi er et tiltag under Energistyrelsen?

Det bemærkes, at evalueringen af SparEnergi er udarbejdet i en periode, hvor Energistyrelsen løbende har gennemført en række større strukturelle og indholdsmæssige ændringer på SparEnergi. Det betyder, at en del af de forslag til forbedringer, som der præsenteres i det følgende, kan være implementeret dags dato.

1.1 OVERORDNET KONKLUSION OG ANBEFALINGER

Evalueringen viser overordnet, at SparEnergi fungerer godt i sin nuværende form, samt at den bidrager positivt til at fremme energibesparelser totalt set blandt husstande og offentlige og private virksomheder i Danmark. Hjemmesiden vurderes blandt de eksisterende og potentielle brugere overordnet at have relevant indhold af høj kvalitet. Den største udfordring i forhold til SparEnergi på nuværende tidspunkt er således at udbrede kendskabet til og brugen af hjemmesiden for, at potentialet for effekt udløses i endnu højere grad end i dag.

På tværs af de tre delundersøgelser står det klart, at SparEnergi særligt anvendes i forberedende informationssøgende og afklarende faser, inden brugeren eventuelt foretager handling i form af

energibesparende renoveringer, indkøb, adfærd. Det er også i disse faser, at evalueringen viser de største behov og muligheder for at påvirke positivt. Evalueringen viser altså, at indholdet på hjemmesiden er rigtigt prioriteret omkring de forberedende faser i private husstande og offentlige og private virksomheders energioptimerings-projekter.

Skal der ændres struktur og indhold i SparEnergi med henblik på at opfylde brugernes behov?

På tværs af de tre delundersøgelser vurderes SparEnergi overvejende positivt på en lang række parametre, herunder særligt i forhold til sidens opbygning, sproglige og visuelle formidling og absolut også nytteværdien af sidens indhold i forhold til behovet før besøget. Samlet vurderes SparEnergi således at være en informativ, nyttig og professionel hjemmeside, der bidrager til at fremme energibesparelser gennem saglig og neutral information.

Konkret i forhold til hjemmesidens **struktur** viser undersøgelsen, at særligt to elementer kan forbedres. Dels fungerer den opdeltede adgang for hhv. private husstande og offentlige/erhverv ikke optimalt. En stor andel af de private virksomheder og offentlige organisationer opfatter på nuværende tidspunkt således SparEnergi som udelukkende målrettet private husstande. Årsagen hertil er, at forsiden til private husstande er indstillet som default forsider, der dukker op, når man kommer ind på SparEnergi. Kun få brugere har blik for, at man i den øverste bjælke kan få adgang til siden målrettet offentlig/erhverv.

I forhold til hjemmesidens **indhold** er der generelt positive tilbagemeldinger fra brugere og potentielle brugere. Det fremgår det af undersøgelsen, at dele af informationen på SparEnergi – særligt blandt offentlige organisationer – ikke opfattes som relevant, fordi det ikke er tilstrækkeligt opdateret og/eller har lav nyhedsværdi.

- Det anbefales, at Energistyrelsen gør det mere tydeligt for brugerne, at der findes forskellige typer af information og indgange for henholdsvis private husstande og offentlige eller private virksomheder.
- Det anbefales, at Energistyrelsen sikrer hyppig opdatering af sidens indhold for i højere grad at være en attraktiv informationskilde for offentlige og private virksomheder.

Hvad kan gennemføres for at sikre større effekt i forhold til at fremme energibesparelser?

I forlængelse af ovenstående vurderes SparEnergi allerede nu at fremme energibesparelser for brugerne. Udfordringen er således at udbrede kendskabet og brugen af siden til flere brugere og andre segmenter.

- Knyttet til udbredelsen bør der tages udgangspunkt i det forhold, at SparEnergi opleves særligt relevant i borgernes og virksomhedernes indledende informationssøgningsfaser, hvor de opdateres, konstaterer behov, samler inspiration eller planlægger og kvalificerer en beslutning, og således efterfølgende danner grundlag for søgestrategier, beslutninger og kontakt til fx fagpersoner. Den eksisterende opbygning om temasider på husstande-delen af hjemmesiden vurderes at være rigtig i forhold til den indsigt. Brugerne søger ikke efter et bestemt værktøj eller et meget konkret spørgsmål på det tidspunkt, hvor SparEnergi er relevant. De har fokus på et mere bredt tema, et behov eller en ide. Ved at føre brugerne ind på temasider, som giver forskellig information om behovet eller ideen, øges chancen for, at brugerne får noget brugbart med sig. Og dermed øges chancen for, at de faktisk ender med at udføre et energibesparende projekt.
- Under tilrettelæggelse af dette og i kommunikationsstrategien skal det desuden bemærkes, at det typisk er oplevede opståede renoveringsbehov, varmeregninger, elregninger, nedbrud af apparater og i mindre grad miljøhensyn, der sætter private husstandes søgeproces i gang. Dette er ikke helt så udtalt for virksomheder, hvor der i nogen grad tænkes mere langsigtet (gælder særligt større virksomheder). SparEnergi lever langt hen af vejen op til at tale ind i de behov, som rent faktisk driver brugernes tanker om energioptimering. Og det anbefales, at man i den fortsatte udvikling af SparEnergi igen og igen vender tilbage til spørgsmålet: *Hvad vil brugerne have ud af det her?*, således at formidlingen på hjemmesiden forbliver ligeså relevant som i dag.

Hvilke aktiviteter kan gennemføres for at udbrede kendskabet og anvendelsen af SparEnergi?

Udbredelse og øget anvendelse af SparEnergi kan opnås gennem informationskampagner i fagblade, i public service og ved at arbejde målrettet på, at der via andre informationssøgninger henvises til siden.

- Undersøgelsen viser, at nye potentielle brugersegmenter både for så vidt angår husstande som offentlige organisationer og private virksomheder på afgørende områder har samme interesse som de eksisterende brugere; at opnå økonomiske gevinster gennem energioptimeringer. I kampagnemæssig sammenhæng kan der derfor med fordel tages afsæt i de økonomiske gevinster, der kan hentes ved at gennemføre energioptimeringer. Idet undersøgelsen samtidig viser, at særligt private borgere hurtigt mister tiltro til SparEnergi, hvis de økonomiske estimeringer af en potentiel energibesparelse ikke stemmer overens med deres virkelighed, anbefales det i stedet, at kampagnen tager afsæt i nogle konkrete cases, hvor energioptimeringer har ført til en økonomisk besparelse.
- Evaluatoren vurderer endvidere, at kendskabet og anvendelsen af SparEnergi kan øges ved at skabe et vedvarende behov hos de tre målgrupper for at anvende SparEnergi. Evalueringen giver ikke svar på, hvad denne tjeneste skal være, men det kan eksempelvis være en funktion, hvor man

løbende kan tjekke husholdens/virksomhedens energiforbrug og sammenligne på tværs af virksomheder.

Hvordan kan SparEnergi integreres bedre på ens.dk, sådan at det bliver tydeligt for målgrupperne, at SparEnergi er et tiltag under Energistyrelsen?

Undersøgelsen viser, at de tre målgrupper ikke er i tvivl om, at det er Energistyrelsen, der står bag siden. Det opfattes positivt, bl.a. fordi Energistyrelsen er en troværdig, neutral og saglig afsender.

Integrering af SparEnergi og ENS.dk kan ske på flere niveauer. Evaluatoren vil – ud fra et brugerperspektiv – anbefale, at SparEnergi og ENS.dk holdes som separate hjemmesider, dels fordi siderne forbindes med forskelligt indhold og formål (praksisnære råd vs. lovstof) og dels fordi brugerne ikke er i tvivl om, hvem der er afsender på SparEnergi. Ud fra et mere kommercielt og brandmæssigt perspektiv kan det visuelle udtryk på de to hjemmesider imidlertid med fordel integreres og ensartes.

- En fuld domæne integrering af SparEnergi med ENS.dk vurderes ikke at være hensigtsmæssig i forhold til de private husstande isoleret set, og der vurderes heller ikke at være fordele i relation til virksomheder. Det skyldes, at forventningerne til ENS.dk blandt brugerne er mindre praksisnære og relevant indhold for dem. Denne forventning overføres delvist til SparEnergi i så fald, at de to hjemmesider får fælles domæne.
- Energistyrelsen kan i stedet arbejde målrettet med at linke mere synligt mellem ENS.dk og SparEnergi og endvidere ensrette det visuelle udtryk og design på de to hjemmesider for at højne Energistirelsens brand. Brugerne har generelt en positiv oplevelse af Energistyrelsen som en troværdig kilde, og logoet har i forvejen en positiv effekt på den opfattede troværdighed af hjemmesiden.

1.2 HOVEDKONKLUSIONER OG ANBEFALINGER – PRIVATE HUSSTANDE

Evalueringen af SparEnergi blandt private husstande (borgere) viser overordnet, at hjemmesiden vurderes positivt og som et godt og professionelt redskab. Herunder vurderes det, at siden har en god og overskuelig struktur, at artikler er fyldestgørende, har et flot design, og særligt positivt vurderes sidens sproglige og visuelle formidling. Evalueringen viser endvidere, at hjemmesidens helt store udfordring er udbredelse og branding, idet hjemmesiden forveksles med andre hjemmesider. Det vil sige, at hjemmesiden, når den bruges, indgår positivt som en af flere hjemmesider og andre kilder i en inspirations- og søgeproces, som typisk fører til faktiske energioptimeringer.

Hvad kan gennemføres for at sikre større effekt i forhold til at fremme energibesparelser?

På baggrund af evalueringen er der identificeret fire segmenter, som det anbefales Energistyrelsen at have in mente i arbejdet med og prioriteringen af indholdet på SparEnergi. Segmenterne er karakteriseret ved deres kendskab til og brug af SparEnergi, samt deres viden, interesse og adfærd i forhold til energirigtig adfærd og energibesparelser. De fire segmenter er: Superbrugerne, Brugerne, De energiinteresserede ikke-brugere og De ikke energiinteresserede ikke-brugere.

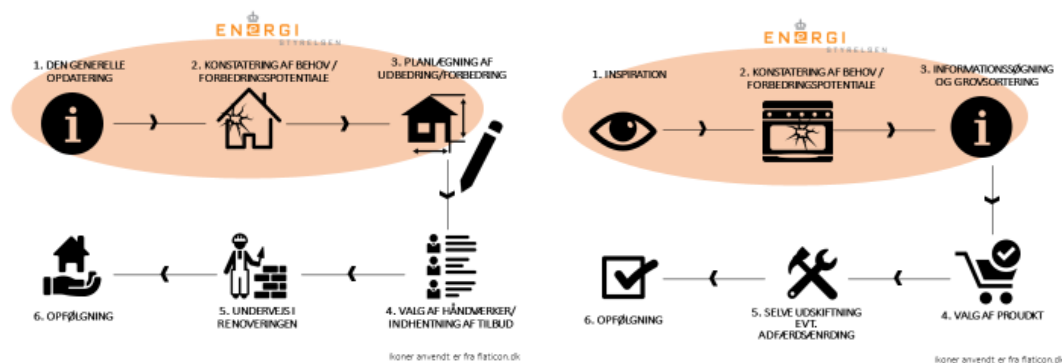
1. **Superbrugerne** kender SparEnergi og besøger siden oftere end "Brugerne". De er meget interesserede i energibesparelser og energirigtig adfærd. Samtidig er de kendetegnet ved at have gennemført flere energirenoveringer end de resterende segmenter inden for det seneste år og går i højere grad op i at værne om miljøet.
 2. **Brugerne** kender også SparEnergi, men er mindre aktive end Superbrugerne på siden. Brugerne ligner Superbrugerne på alle parametre, men er kendetegnet ved at have mindre interesse for energibesparelser og energirigtig adfærd og har endvidere udført færre energioptimeringer.
 3. **De energiinteresserede ikke-brugere** er interesserede i energirigtig adfærd og energibesparelser, men kender og bruger ikke SparEnergi.
 4. **De ikke energiinteresserede ikke-brugere** er i mindre grad eller slet ikke interesserede i energirigtig adfærd og energibesparelser, og kun få kender og har været inde på SparEnergi.
- Det anbefales Energistyrelsen at målrette arbejdet med udbredelse og øget anvendelse af SparEnergi mod ét segment, nemlig de energiinteresserede ikke-brugere, som en særligt potentiel målgruppe for SparEnergi. Således vurderes det på baggrund af undersøgelsen, at erhvervelsen af dette segment som brugere af SparEnergi kan skabe den største øgede effekt i forhold til at fremme energibesparelser. De energiinteresserede ikke-brugere ligner på mange måder de to bruger-segmenter, fx i forhold til interesse og adfærd ifht. energibesparelser, men ingen i dette segment har et oplevet brug af SparEnergi. De har desuden ikke i lige så høj grad som brugersegmenterne gennemført eller planlagt at gennemføre energirenoveringer og oplever ligeledes færre fordele og flere barrierer ved at udføre energirenoveringer end Brugerne og

Superbrugerne. Energistyrelsen kan således have dette segment særligt for øje i forbindelse med at udbrede kendskabet til SparEnergi, så hjemmesiden kan indgå som del i at kvalificere beslutningsprocessen, hvis og når segmentet skal energirenovere eller udskifte apparater.

Hvilke aktiviteter kan gennemføres for at udbrede kendskabet og anvendelsen af SparEnergi?

Evalueringen har bl.a. haft fokus på at kortlægge borgernes kunderejse, når de skal udføre en energirenovering og udskifte et apparat.

Figur 1. Kunderejse – private husstande (for renoveringer og udskiftning af apparater)



Denne kunderejse viser:

at SparEnergi opleves særligt relevant i borgernes indledende informationssøgningsfaser, hvor borgerne opdateres, konstaterer et behov, samler inspiration eller planlægger og kvalificerer en beslutning. SparEnergi danner således grundlag for efterfølgende søgestrategier, beslutninger og kontakt til fx fagpersoner.

- Evalueringen viser, at 25 % af danskerne oplever at have et kendskab til SparEnergi, mens 7 % af danskerne har et oplevet privat brug af hjemmesiden. I vurderingen af dette tal er det vigtigt at have for øje, at der er tale om *oplevet kendskab og brug*. Vi ser i evalueringen en mindre tendens til, at SparEnergi på den ene side forveksles med andre energi-hjemmesider (både private og offentligt). Og på den anden side ser vi, at borgerne ikke altid opdager, at de er på SparEnergi, fordi de kommer via Google til et specifikt værktøj på hjemmesiden. Tallene for kendskab og brug kan derfor ikke fastslås helt eksakt. Men det er vurderingen, at begge dele er lavt i forhold til den relevans af hjemmesiden, som vi finder i evalueringen. Der er altså en del borgere, som ikke bruger hjemmesiden, selvom den er relevant for dem.
- Evalueringen viser endvidere, at selvom borgerne har besøgt siden før, er det for de færreste en side, som de hæfter sig ved som signifikant førstevalg ved den type behov, som de har i forhold

til energioptimering. Når de skal søge information, går de i stedet via søgemaskiner som fx Google. Det sammenholdt med, at langt størstedelen af de interviewede borgere, når de bliver præsenteret for SparEnergi, vurderer, at det er en relevant side, som flere har lyst til at se nærmere på eller vil huske til en anden gang, vidner altså om et uindfriet potentiale.

- Energistyrelsen kan derfor med fordel arbejde med udbredelse af kendskabet til siden med henblik på, at hjemmesiden kan bevæge sig op i hierarkiet af foretrukne sider og oftere være med til at kvalificere borgernes beslutningsprocesser. Her er der mange kommunikationsstrategier, men borgerne foreslår selv, at man øger kendskabet igennem fagblade samt elselskaber, mens en rapport af We Love People peger på fagpersoner, som en mulig kanal. Det vurderes, at Energistyrelsen i denne sammenhæng med fordel kan arbejde med at styrke SparEnergis brand gennem en kommunikationsindsats over for relevante segmenter.
- Under tilrettelæggelse af dette og i kommunikationsstrategien skal det bemærkes, at det typisk er opståede renoveringsbehov, varmeregninger, elregninger, nedbrud af apparater og i mindre grad miljøhensyn, der sætter borgerens søgeproces i gang. Derfor skal kommunikationsindsatsen knyttes direkte op på konkrete behov nærmere end et ønske om energioptimering generelt.
- Alt i alt viser evalueringen, at SparEnergis potentiale for at skabe større effekt på energibesparelser i høj grad afhænger af udbredelsen af hjemmesiden.

Skal der ændres struktur og indhold i SparEnergi med henblik på at opfylde brugernes behov?

Overordnet vurderer borgerne, at SparEnergi er en flot, relevant og interessant hjemmeside. Det er derfor evaluators anbefaling, at der ikke bør ændres markant herved. Evalueringen giver dog nedenstående input til videreudviklingen:

- En større andel af borgerne oplever at mangle oplysninger om det konkrete økonomiske udbytte af særligt energirenoveringer. Dette er ikke overraskende, da evalueringen samtidig peger på, at økonomiske besparelser på tværs af de fire identificerede segmenter er den driver, som har størst betydning i forhold til at igangsætte energirenoveringer.
- Evaluator vil dog i den sammenhæng anbefale Energistyrelsen at være påpasselige med at give for specifikke anbefalinger – og i givet fald være meget opmærksom på holdbarheden af dem. Evalueringen viser nemlig, at der ved en afvigelse mellem beregninger på SparEnergi og borgernes faktiske forbrug, er tendens til, at borgerne stiller spørgsmålstejn ved troværdigheden af resten af informationen på SparEnergi. Energistyrelsen kan derfor overveje enten at oplyse borgerne om priser i brede intervaller eller eksplicitere præcist, hvilke antagelser og forhold der ligger bag en estimeret økonomisk besparelse for ikke at skabe tvivl om beregningernes pålidelighed.
- Ikke desto mindre er det vores vurdering og klare anbefaling af arbejde med at gøre den økonomiske besparelse som værdi tydeligere på hjemmesiden – både praktisk i værktøjer og i mere værdiladede dele af hjemmesiden såsom fremhævet tekst, pay-offs etc.

Som beskrevet i starten af afsnittet er borgernes vurderinger af SparEnergi grundlæggende positiv. Herunder vurderes det, at siden har en god og overskuelig struktur, at artikler er fyldestgørende, et flot design, og særligt positivt vurderes den sproglige og visuelle formidling.

Med afsæt i analysen er følgende anbefalinger og input til optimering af hjemmesiden fremkommet:

- Evalueringen viser, at drop-down menuen ikke er særlig tydelig på forsiden. Det anbefales at arbejde med en visuel opsætning på forsiden, hvor drop-down menuen bliver mere fremtrædende, således at brugernes informationssøgningsproces faciliteres yderligere.
- Ligeledes kan værktøjet på varmepumpelisten optimeres ved at tilføje en række filtre og søgefelter, som gør det lettere for brugerne at finde den relevante information, herunder i forhold til energiforbrug, energimærkning, producent samt eventuel information og sortering efter prisklasser og støjniveau. I lighed hermed efterspørger borgerne en udbygning af håndværkerlisten med flere søgefiltre, der eksempelvis giver mulighed for at søge specifikt efter håndværkere, der også er energivejledere.
- Særligt film og i nogen grad også cases vurderes overordnet positivt, men kun få finder frem til selve casebanken. Derfor anbefales det at gøre filmene mere tydelige på forsiden, således at de opdages. På nuværende tidspunkt er de fremhævet som et af de otte felter, men kun som tekst "Se film om energirenovering". Hvis filmene kan igangsættes direkte på forsiden vil de være mere iøjnefaldende.

Hvordan kan SparEnergi integreres bedre på ENS.dk, sådan at det bliver tydeligt for målgrupperne, at SparEnergi er et tiltag under Energistyrelsen?

Evalueringen viser også, at borgerne ikke er i tvivl om, at det er Energistyrelsen, der står bag hjemmesiden. Det opfattes positivt, bl.a. fordi Energistyrelsen er en troværdig, neutral og saglig afsender. Dog skal Energistyrelsen være opmærksom på, at værktøjer, der ikke virker eller viser tal, som borgeren ikke synes stemmer, kan være med til at underminere troværdigheden af indholdet på hele SparEnergi og Energistyrelsen som afsender.

Evaluators vil anbefale, at SparEnergi og ENS.dk holdes som separate sider, dels fordi siderne forbindes med forskelligt indhold og formål, og dels fordi borgerne ikke er i tvivl om, hvem der er afsender på SparEnergi, når først de er inde på hjemmesiden. Der kan dog godt arbejdes med større ensartethed i grafisk identitet og link mellem de to hjemmesider.

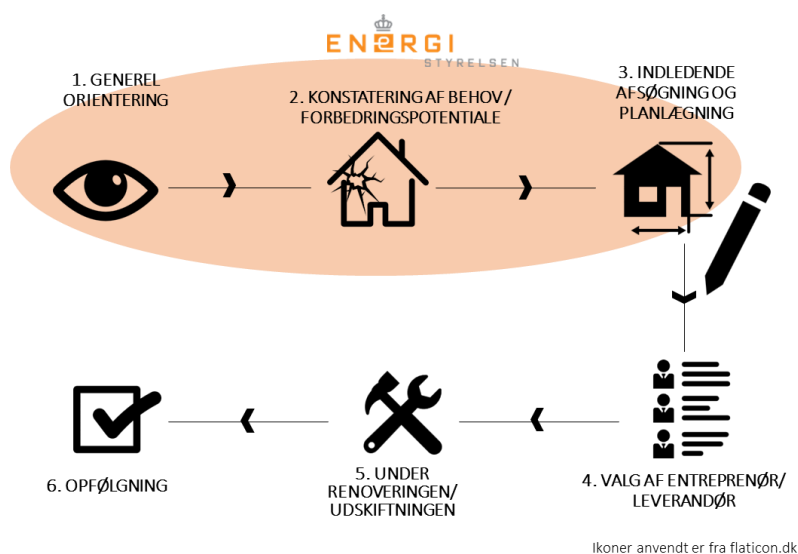
1.3 HOVEDKONKLUSIONER OG ANBEFALINGER – PRIVATE VIRKSOMHEDER

I lighed med anvendelsen af SparEnergi blandt husstande ses der i det indsamlede data for private virksomheder klare tegn på, at der blandt de private virksomheder eksisterer et stort uopdyrket potentiale for at udbrede kendskabet til SparEnergi. Således vurderer en stor andel af de private virksomheder, at informationen på SparEnergi er relevant og anvendelig, men kendskabet er ikke tilstrækkeligt tilstede.

Hvad kan gennemføres for at sikre større effekt i forhold til at fremme energibesparelser?

Evalueringen har bl.a. haft fokus på at kortlægge de private virksomheders informationssøgningsrejse, når de skal udføre en energirenovering og udskifte et apparat. Dette er sket med henblik på identificering af, hvor i informationssøgningsprocessen SparEnergi har størst potentiale for at bidrage til at fremme energibesparelser. I kortlægningen er der blevet identificeret seks faser, som fremgår af nedenstående Figur 2:

Figur 2. Informationssøgningsrejse - private virksomheder



Analysen af informationssøgningsrejsen viser herpå, at:

- SparEnergi er særligt relevant i de tre første faser, hvor virksomhederne orienterer sig, identificerer et behov og laver den første indledende afsøgning og planlægger projektet.
- I lighed med analysen af husstande er det imidlertid også kun en lille del af de private virksomheder, som kender til SparEnergi og anvender den, når det er relevant i forbindelse med

et energioptimerende projekt. Evalueringen viser, at 2,5 % af danskerne anvender SparEnergi i forbindelse med deres arbejde. Brugere af SparEnergi er de endelige beslutningstagere i de private virksomheder eller understøttende personer med eller uden beslutningskompetence.

- Årsagen hertil er dels, at private virksomheder i højere grad anvender eksterne fageksperter eller søger information på de hjemmesider, som fremkommer ved Google-søgninger. Evalueringen peger imidlertid på, at et overvejende flertal af de private virksomheder, som i interviewene stifter bekendtskab med SparEnergi, finder hjemmesiden relevant og nyttig både i forhold til at opnå almen viden om energioptimeringer og ligeledes i forhold til at søge oplysninger i forbindelse med konkrete projekter.
- Hvad angår effekten af SparEnergi i forhold til at fremme energibesparende tiltag viser evalueringen, at hjemmesiden først og fremmest inspirerer de private virksomheders brugere og i lidt mindre grad klæder dem på til at træffe beslutninger om energioptimerende tiltag. For knap en femtedel medfører besøget på SparEnergi ikke yderligere handling. Ideen til energibesparende tiltag opstår i de små virksomheder hovedsageligt på ledelsesniveau, mens det for mellemstore og store virksomheder hyppigst finder sted hos den/de energiansvarlige i virksomheden, som ligeledes har fået uddelegeret beslutningsmagten til energibesparende tiltag.

Der er ligeledes identificeret fire erhvervssegmenter, som er defineret ud fra deres karakteristika, forhold til energiforbrug samt motivation og ønsker i forhold til energioptimering. De fire segmenter er: De rationelle, De idealistiske, De forhindrede og De uinteresserede.

1. **De rationelle** er kendetegnede ved at have en systematisk, teknisk og rationel tilgang til energieffektiviseringer. De er fokuserede på at undgå spild af ressourcer og udnytte energikilder optimalt. Deres motivation for energioptimeringer er at spare penge samt at understøtte virksomhedens grønne image.
 2. **De idealistiske** har en nysgerrig eller undersøgende tilgang til energieffektiviseringer og mener, at det er moralsk forkert at overforbruge energi. De laver energioptimeringer for at skåne miljøet samt for at handle i overensstemmelse med virksomhedens CSR-politik og understøtte virksomhedens grønne image.
 3. **De forhindrede** har en pragmatisk tilgang til energieffektiviseringer og mener i udgangspunktet, at det kræver for store investeringer i forhold til udbyttet. Deres motivation for at lave energioptimeringer er at spare penge, skåne miljøet samt når der opstår et reelt behov for udskiftning af eks. vinduer, apparater m.v.
 4. **De uinteresserede** har ingen interesse for energieffektiviseringer og gennemfører kun energieffektiviseringer, hvis det er påkrævet. De energieffektiviserer, hvis de kan spare penge med minimalt besvær.
- Lidt over halvdelen af brugerne i de private virksomheder tilhører det rationelle segment, mens resten af brugerne fordeler sig nogenlunde ens på de øvrige tre segmenter. Brugere arbejder typisk i en lille eller mellemstor virksomhed, hvilket også afspejles ved, at der er flest virksomhedsejere/direktører frem for deciderede energiansvarlige blandt brugerne.

Brugerne har en stor interesse i energibesparende tiltag, hvilket er endnu mere udtrykt for brugere i det rationelle segment.

Det anbefales at arbejde målrettet med at få flere brugere på SparEnergi fra det rationelle segment. Dette kræver dog, at hjemmesiden i endnu højere grad end i dag er konkret på økonomiske, rationelle argumenter og informationer for energibesparende tiltag. Derudover skal der arbejdes med at skabe en nem og effektiv indgang på hjemmesiden, da effektiv informationssøgning knytter sig tæt til de rationelle værdier, som segmentet besidder.

Hvilke aktiviteter kan gennemføres for at udbrede kendskabet og anvendelsen af SparEnergi?

Som tidligere nævnt viser analysen, at 2,5 % af danskerne anvender SparEnergi i forbindelse med arbejde (inkl. både private og offentligt ansatte). Den store udfordring for Energistyrelsen er herpå, hvordan kendskabet til SparEnergi udbredes:

- Med afsæt i det indsamlede data vurderer evaluater endvidere, at søgeoptimering i Google udgør en helt central og afgørende kanal til udbredelse af kendskabet til SparEnergi.
- Evaluater vurderer endvidere, at kendskabet og anvendelsen af SparEnergi kan øges ved at skabe et vedvarende og løbende behov hos de private virksomheder for at anvende SparEnergi. Evalueringen giver ikke svar på, hvad denne tjeneste skal være, men det kan eksempelvis være en tjeneste at tjekke energiforbrug og sammenligne på tværs af virksomheder.
- Alternativt kan Energistyrelsen med fordel udbrede kendskabet til SparEnergi ved at reklamere for hjemmesiden i de dokumenter, som styrelsen i forvejen udsender til private virksomheder.

Skal der ændres struktur og indhold i SparEnergi med henblik på at opfylde brugernes behov?

Ligesom for husstandene vurderer de private virksomheder overordnet, at SparEnergi er en relevant og brugervenlig hjemmeside med en god visuel formidling af hjemmesidens indhold. Brugernes primære formål med at besøge SparEnergi er at finde inspiration til energibesparende tiltag, mens et sekundært formål er at finde konkret viden/værktøjer.

Evalueringen viser dog følgende forbedringsmuligheder:

- Flere af interviewpersonerne påpeger, at drop-down menuen forekommer uoverskuelig. Evaluater anbefaler i forlængelse heraf, at Energistyrelsen udvælger færre emner til menuen eller inddeler overskrifterne i temaer for at sikre, at brugeren ikke mister overblikket.
- Forbruger-forsiden er i dag brugt som default forside, når man går ind på SparEnergi. Dette er dog uhensigtsmæssigt for private virksomheder (og ligeledes for offentlige organisationer). Idet drop-down menuen ikke opdages, ender virksomhederne ofte på undersider rettet mod

private husstande, og indholdet virker mindre relevant. Det anbefales at arbejde med en screeningsfunktion, som sikrer, at virksomhederne med det samme føres ind på siden målrettet erhverv/offentlige.

Hvordan kan SparEnergi integreres bedre på ens.dk, sådan at det bliver tydeligt for målgrupperne, at SparEnergi er et tiltag under Energistyrelsen?

Blandt de private virksomheders brugere er der ingen tvivl om, at det er Energistyrelsen, der står bag SparEnergi, og dette har i brugernes øjne udelukkende en positiv betydning. Således konnoterer Energistyrelsen neutralitet, pålidelighed og uvildig information hos de private virksomheder. Dog er det kun lidt over halvdelen af brugerne, som i den kvantitative undersøgelse angiver, at de kan stole på indholdet på SparEnergi. En mulig forklaring herpå fremkommer i de kvalitative interview, hvor flere af de private virksomheder påpeger, at hjemmesidens indhold ikke er helt opdateret.

Ligesom med private husstande viser evalueringen ikke umiddelbart nogen fordele ved at integrere SparEnergi med ENS.dk på domæneniveau. En stor del af de relevante brugere i virksomhederne oplever ikke, at information på ENS.dk er relevant for dem. Ved at have ENS.dk som indgang er der en risiko for, at SparEnergi også virker mindre relevant for virksomhederne. I og med at Energistyrelsen alt i alt har et troværdigt image blandt private virksomheder, kan der dog ses et potentiale i integrere hjemmesidernes grafiske layout samt at linke de to hjemmesider mere synligt. Resultaterne om integrering af SparEnergi og ENS.dk for private virksomheder skal dog tolkes med forsigtighed, da virksomhederne i undersøgelser generelt har svagt kendskab til begge hjemmesider, og derfor udtaler sig på et forholdsvist svagt grundlag.

1.4 HOVEDKONKLUSIONER OG ANBEFALINGER – OFFENTLIGE ORGANISATIONER

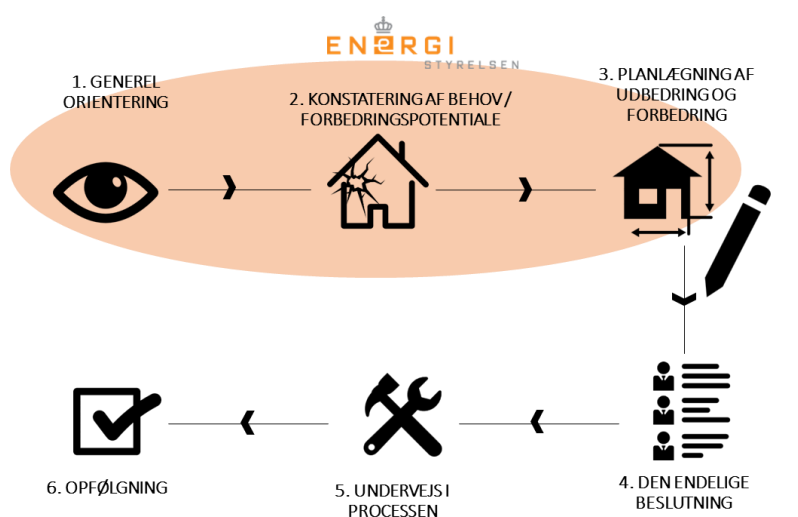
Af de offentlige organisationer vurderes SparEnergi overordnet som en strømlinet hjemmeside med en god struktur, samtidig med at formidlingen af sidens indhold er kort og præcis. De offentlige organisationer, herunder i særdeleshed de større statslige og kommunale organisationer, oplever dog i mindre grad end de andre målgrupper, at indholdet på hjemmesiden er relevant. Det skyldes, at informationen særligt blandt de større offentlige organisationer vurderes at være for basal, at have relativt lav nyhedsværdi, og at den fortrinsvist forekommer at være rettet mod den private boligejer. Det sidste baserer sig på førstehåndsindtrykket, som kommer af, at de offentligt ansatte lander på forsiden, der er målrettet private husstande.

Hvad kan gennemføres for at sikre større effekt i forhold til at fremme energibesparelser? Skal der ændres struktur og indhold i SparEnergi med henblik på at opfylde brugernes behov?

Sammenlignet med de privatansatte vurderes SparEnergi at have en lidt mindre effekt på de offentligt ansatte i forhold til at fremme energibesparende tiltag. Således bliver omtrent hver tredje inspireret af SparEnergi, mens lidt under en tredjedel føler sig klædt på til at træffe en beslutning efterfølgende. Det skyldes primært, at hjemmesiden ikke opleves at være rettet offentlige virksomheder i så høj grad, som der er ønsket.

I kortlægningen af de offentligt ansattes informationssøgningsrejse er der blevet identificeret fem faser, jf. Figur 3 nedenfor.

Figur 3. Informationssøgningsrejse – offentlige organisationer



Ikoner anvendt er fra flaticon.dk

I forlængelse af analysen vurderer evaluator samlet:

- At det hovedsageligt er i de tre første faser af informationssøgningsprocessen, hhv. konstatering af behov, planlægning af projekt og beslutningstagen, at informationsbehovet er størst og samtidig her, at SparEnergi er mest relevant for de offentlige virksomheder og har størst mulighed for at påvirke deres beslutninger.
- Hvad angår de offentligt ansattes formål med besøget, er majoriteten på udkig efter konkret viden/værktøj eller inspiration til energibesparende tiltag, herunder særligt information omkring installationer, bygninger og apparater. I tilknytning hertil oplever majoriteten – om end en mindre andel i sammenligning med de private virksomheder, at de har fået opfyldt deres formål med besøget på hjemmesiden.
- Derudover anbefales det at gøre indgangen for offentligt ansatte endnu mere tydelig end en markering ved hjælp af drop-down menuen. Det kan være i form af en opdeling i bokse eller lignende på forsiden, hvor der står 'offentlig virksomhed' i en af dem.

Hvilke aktiviteter kan gennemføres for at udbrede kendskabet og anvendelsen af SparEnergi?

Det er ikke muligt på baggrund af evalueringen at slå helt fast, hvor stor en andel af offentligt ansatte (som deltager i beslutningen om energioptimeringer), der kender SparEnergi. Men evalueringen viser en tendens til, at kendskabet er lavt. Udfordringerne herved opleves at være de samme som ved private virksomheder, hvorfor anbefalingerne også er de samme som ovenfor.

Hvordan kan SparEnergi integreres bedre på ens.dk, sådan at det bliver tydeligt for målgrupperne, at SparEnergi er et tiltag under Energistyrelsen?

I lighed med opfattelsen blandt private husstande og private virksomheder opfattes Energistyrelsen også blandt offentlige organisationer som en troværdig afsender, der formidler neutral og saglig information. Brugere fra de offentlige organisationer fremhæver endvidere, at det er positivt, at staten aktivt går ind og sætter fokus på energioptimeringer.

Ikke desto mindre ønsker de, helt i tråd med de andre målgrupper, ikke at SparEnergi integreres på domæneniveau med ENS.dk. Formålet med at besøge de to hjemmesider opleves vidt forskellige, hvorfor integration ikke virker naturlig. Og de offentligt ansatte afkoder straks, at Energistyrelsen er afsender. Der kan dog være et potentiale i at gøre integrationen mellem de to hjemmesider i forhold til grafisk layout og link mellem de to hjemmesider mere tydeligt.

EPINION

OM OS

Vi er et af Skandinaviens største konsulent- og analysefirmaer med kontorer i Danmark, Grønland, Norge, Storbritannien, Sverige, Tyskland, Vietnam og Østrig.

Vi er en mangfoldig arbejdsplads med internationalt perspektiv og samarbejdspartnere i hele verden og beskæftiger mere end 150 fastansatte medarbejdere og 500 interviewere.

Vi leverer skræddersyede undersøgelser, der sikrer et solidt grundlag for optimale beslutninger. Vores mål er altid at præsentere analyseresultater og yde rådgivning af højeste kvalitet.

EPINION KØBENHAVN

RYESGADE 3F
2200 KØBENHAVN N
T: +45 87 30 95 00
E: TYA@EPINION.DK
W: WWW.EPINION.DK

EPINION AARHUS

NORDHAVNSGADE 1-3
8000 AARHUS C
T: +45 87 30 95 00
E: TV@EPINION.DK
W: WWW.EPINION.DK