



Segmentanalyse

En tekstrapport om virksomheders energieffektiviseringstiltag



Februar 2015

Projektansvarlige:

Asger H. Nielsen
Michael Ulff Larsen

Indholdsfortegnelse

Indledning	2
Rapportens metode og datagrundlag	3
Nye variable i datasættet	4
Præsentation af de forskellige segmenter.....	7
Små, mellemstore og store virksomheder	8
Det grønne og økonomiske segment (Segment 1)	9
<i>Beskrivelse af det grønne og økonomiske segment</i>	10
Det økonomisk prioriterende segment (Segment 2)	11
<i>Beskrivelse af det økonomisk prioriterende segment.....</i>	12
Det potentielle segment (Segment 3)	13
<i>Beskrivelse af det potentielle segment</i>	14
Det økonomiske segment (Segment 4)	15
<i>Beskrivelse af det økonomiske segment.....</i>	16
Kort opsamling på forskelle og ligheder ved de fire segmenter	17
Indsatsanalyse af segmenterne blandt de små, mellemstore og store virksomheder	20
Mikrovirksomheder	22
Det potentielle segment (Mikrosegment 1)	22
<i>Beskrivelse af det potentielle segment</i>	23
Det grønne og økonomiske segment (Mikrosegment 2)	24
<i>Beskrivelse af det grønne og økonomiske segment</i>	25
Det inkonsistente segment (Mikrosegment 3)	26
<i>Beskrivelse af det inkonsistente segment</i>	27
Det økonomiske segment (Mikrosegment 4)	27
<i>Beskrivelse af det økonomiske segment</i>	28
Kort opsamling på forskelle og ligheder ved de fire mikroklynger.....	30
Indsatsanalyse af mikrosegmenterne	33
Tendensanalyse – forholdet mellem segmenterne og andre variable .	35
Tendenser blandt de små, mellemstore og store virksomheder.....	36
Tendenser blandt mikrovirksomhederne	45
Sammenfatning.....	54
Opsamling: Små, mellemstore og store virksomheder.....	54
Opsamling: Mikrovirksomheder	56
Fælles afrunding.....	57

Indledning

Denne rapport har til formål at udforme en segmenteringsmodel baseret på data fra Energistyrelsens undersøgelsen "Barrierer i energieffektiviseringen af Erhvervslivet".

Hensigten med segmentanalysen er at afdække segmenter for energieffektivisering, som kan bidrage med vigtig viden i Energisparesekretariats arbejde med at understøtte energieffektivisering i danske virksomheder.

Endvidere kan segmentanalysen ligeledes understøtte en alternativ barriere-baseret segmentering af virksomhederne, der kan danne grundlag for Energisparesekretariats rådgivning og informationskampagner, særligt for de virksomheder, som ikke er omfattet af eksisterende energispareindsatser.

Resultatet af foreliggende segmentanalyse har således til formål at give Energisparesekretariatet et indblik i, hvilke motiver, incitamenter og barrierer som ligger bag nogen virksomheders energisparetiltag og andre virksomheders mangel på samme.

I segmentanalysen er segmenterne dannet ud fra en række vægtige variable, hvorefter segmenterne er behandlet analytisk, så rapporten både indeholder en deskriptiv, analytisk og en perspektiverende sektion.

Rapportens metode og datagrundlag

Målgruppen for undersøgelsen er et repræsentativt udsnit af virksomheder i Danmark fordelt på område, antal ansatte og branche. Selve undersøgelsen og spørgerammen er udført af Userneeds, som en webundersøgelse, og bygger på 849 besvarelser fordelt på mikro-, små, mellemstore og store virksomheder.

Databehandlingen er udført af Megafons datamedarbejder Ulrik Schiermer Nielsen og assistent Diana Bengtsen. Selve databehandlingen er foretaget i statistikprogrammet SPSS, hvor der er blevet foretaget en klyngeanalyse på baggrund af barriereundersøgelsens resultater, og hvor målet har været at udforme en segmenteringsmodel, der både inddrager traditionelle karakteristika såsom branche og antal ansatte samt mere kvalitative og værdibaserede karakteristika, såsom virksomhedernes motivationsfaktorer og barrierer for at investere og igangsætte energieffektiviseringer. Klyngeanalysen er en generel betegnelse for en række forskellige analysemetoder, der befinner sig blandt de deskriptive metoder inden for datamining. Selve datasættet er blevet opsplittet i to, så der er blevet arbejdet med ét datasæt indeholdende alle mikrovirksomhederne (502 besvarelser) og ét med alle små, mellemstore og store virksomheder (347 besvarelser). Fordelen ved at lave en klyngeanalyse – samt at opsplittet datasættet – er, at det bidrager med et mere nuanceret billede af målgruppen og en mere troværdig beskrivelse af de oplevede barrierer.

Segmenterne i det følgende afsnit er defineret ved hjælp af en klyngeanalyse, der er en statistisk metode til at inddale cases i grupper (segmenter) baseret på ligheder og forskelle mellem de enkelte observationer. Ideen bag en klyngeanalyse er at danne klynger, der internt er så ens som muligt, samtidig med at de adskiller sig mest muligt fra de andre klynger. Det betyder, at hver klynge er optimalt forskellige fra de andre klynger.

Grupperingen sker gennem en række matematiske procedurer, som udføres gennem programmet SPSS. Ved anvendelse af klyngeanalyse kan man således reducere de mange observationer ned til en håndfuld mere eller mindre arketyptiske virksomhedstyper og dermed få et få overblik over sammenhænge og mønstre i det omfattende datasæt.

Nye variable i datasættet

I forbindelse med den statistiske analyse af foreliggende datasæt er der foretaget en række omkodninger, hvor der i enkelte af spørgsmålene vil være nogen af svarmulighederne der er samlet i en fælles kategori (kode). Dette er gjort, da det giver et bedre analytisk og statistisk overblik. I det følgende vil vi disse blive præsenteret.

Spm 1: Antal ansatte

I dette spørgsmål er det valgt at samle antallet af ansatte i virksomhedsstørrelser

Antal ansatte			
1-9	10-49	50-99 og 100-249	250-499, 500-999 samt 1000 og derover
Omkodning (Ny variable: Ansatte_NY)			
Mikro-virksomheder	Små virksomheder	Mellemstore virksomheder	Store virksomheder

Spm 9: Hvad kan motivere jer til at investere og igangsætte energieffektiviseringer i virksomheden?

I dette spørgsmål er der udtrukket de svarkategorier, som enten omhandler økonomi eller miljø, og disse er herefter omkodet til nye kategorier.

Hvad kan motivere jer til at investere og igangsætte energieffektiviseringer i virksomheden?				
Vi kan skåne miljøet	Vi får bedre indeklima	Vi vil have et image som en grøn virksomhed	Vi kan spare penge i virksomheden	Vi vil forbedre vores konkurrenceevne
Omkodning				
Grønne motiver		Økonomiske motiver		

Spm 10: Hvad kan afholde jer fra at investere og igangsætte energieffektiviseringer i virksomheden?

I dette spørgsmål er der udtrukket de svarkategorier, som enten omhandler viden om energieffektivisering eller økonomi vedrørende energieffektivisering, hvorefter disse er omkodet til nye kategorier.

Hvad kan afholde jer fra at investere og igangsætte energieffektiviseringer i virksomheden?

Manglende viden om relevante energieffektiviseringstiltag	Jeg ved ikke, hvor jeg skal søge informationer om energieffektiviseringer	Rentabiliteten af energieffektiviseringer	For lang tilbagebetalingstid af investeringer
Omkodning			
Vidensgrundlag (Kan afholdes pga. manglende viden)		Økonomiske grundlag (Kan afholdes pga. økonomiske forhold)	

Spm 22, A-H: Har virksomheden inden for de seneste 5 år iværksat eller planlagt energieffektiviseringer inden for ...

I dette spørgsmål er der foretaget en omkodning af svarmulighederne i A-H som følger:

Hvad kan afholde jer fra at investere og igangsætte energieffektiviseringer i virksomheden?			
Svaret "Ja" mindst én gang i A-H	Svaret "Planlagt, men ikke gennemført" mindst én gang i A-H (Men ikke svaret "Ja" på noget tidspunkt)	Svaret "Nej" mindst én gang i A-H (og ellers "Nej" eller "Ved ikke" i de resterende spørgsmål)	Svaret "Ved ikke" hver gang i A-H
Omkodning			
Ja	Planlagt, men ikke gennemført	Nej	Ved ikke

Denne omkodning blev foretaget, så det var muligt at foretage segmentanalysen på baggrund af den vigtigste variabel – nemlig om virksomhederne overhovedet har foretaget nogen former for energieffektivisering. På baggrund af ovenstående omkodning er oprettet en yderligere variabel i datasættet – variablen **22. Ekstra** – hvor de virksomheder, som havde svaret ja minimum én gang i spm. 22, A-H er inddelt i nye kategorier; henholdsvis virksomheder som har gjort lidt, middel og meget.

Ny variabel - 22. Ekstra		
Svaret "Ja" 1-2 gange i spm 22, A-H	Svaret "Ja" 3-5 gange i spm 22, A-H	Svaret "Ja" 6-8 gange i spm 22, A-H
Omkodning		
Smal indsats	Middel indsats	Bred indsats

Spm 23: Hvad er de primære årsager til jeres energieffektiviseringsaktiviteter inden for de seneste 5 år?

I dette spørgsmål er der ikke decideret foretaget en omkodning, men der er i datasættet

oprettet en ny variabel, hvor kun svarmulighederne ”Økonomisk rentabelt” og ”Miljøhensyn” er inddraget, for i segmentanalysen at kunne undersøge om de virksomheder, som har investeret i energieffektiviseringer, primært har gjort det af økonomiske grunde eller af miljøhensyn.

Præsentation af de forskellige segmenter

I det følgende præsenteres en række segmenter, som er dannet ud fra en række variable i spørgeskemaundersøgelsen, der er leveret af Energisparesekretariatet. Der er blevet foretaget en vurdering af, hvilke variable der kan være med til at indikere, hvilke motiver og barrierer der ligger bag, når virksomheder enten vælger at energieffektivisere eller ikke gør det.

Som tidligere beskrevet er der foretaget en opdeling, så der er blevet arbejdet med to forskellige datasæt, henholdsvis ét med alle mikrovirksomhederne (502 besvarelser) og ét med alle små, mellemstore og store virksomheder (347 besvarelser). I begge datasæt er der dog gjort brug af de samme variable til at danne segmenterne ud fra. Disse variable er:

- *Spm 1: Antal ansatte*
 - Små, mellemstore og store virksomheder: Ansatte_NY¹
- *Spm 2: Hvilken branche tilhører virksomheden?*
 - Hvilken branche tilhører virksomheden: S2
- *Spm 9: Hvad kan motivere jer til at investere og igangsætte energieffektiviseringer i virksomheden?*
 - Grønne motiver: AGRNINVESTERING
- *Spm 9: Hvad kan motivere jer til at investere og igangsætte energieffektiviseringer i virksomheden?*
 - Økonomiske motiver: AKONOMISKINVESTERING
- *Spm 10: Hvad kan afholde jer fra at investere og igangsætte energieffektiviseringer i virksomheden?*
 - Vidensgrundlag: AIKKEINVESTERINGVIDEN
- *Spm 10: Hvad kan afholde jer fra at investere og igangsætte energieffektiviseringer i virksomheden?*
 - Økonomisk grundlag: AIKKEINVESTERINGKONOMI
- *Spm 22, A-H: Har virksomheden inden for de seneste 5 år iværksat eller planlagt energieffektiviseringer inden for ...*
 - "Ja", "Planlagt", "Nej" og "Ved ikke": SPM 22

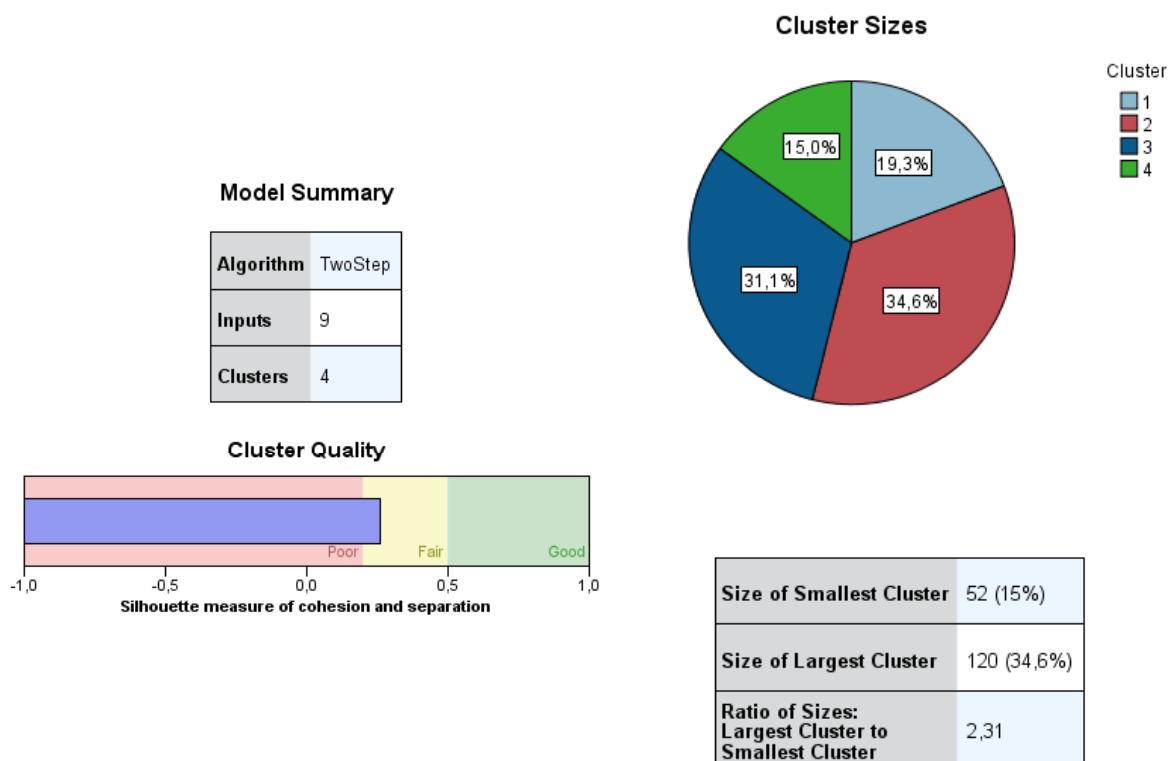
¹ Denne variabel er kun medtaget i klyngeanalyse af de små, mellemstore og store virksomheder, da det andet datasæt kun indeholder mikrovirksomheder

- Spm 23: Hvad er de primære årsager til jeres energieffektiviseringsaktiviteter inden for de seneste 5 år?
 - Økonomisk rentabilitet som primær årsag til energiaktiviteter:
ARSAGTILENERGIAKTIVITETERKONOMI
- Spm 23: Hvad er de primære årsager til jeres energieffektiviseringsaktiviteter inden for de seneste 5 år?
 - Miljøhensyn som primær årsag til energiaktiviteter:
ARSAGTILENERGIAKTIVITETERMILJ

På baggrund af ovenstående variable er der med programmet SPSS foretaget en **TwoStep Cluster Analysis**, hvor antallet er fikseret til at danne fire forskellige segmenter. Disse præsenteres i det følgende.

Små, mellemstore og store virksomheder

Denne gruppe udgør 347 virksomheder fordelt på henholdsvis 124 små, 101 mellemstore og 122 store virksomheder. På baggrund af de fornævnte variable dannes fire forskellige segmenter².



² Se afsnit "Præsentation af de forskellige segmenter"

Som de to ovenstående figurer viser, dannes der fire segmenter med et størrelsessspænd på 52 virksomheder til 120 virksomheder. Dette giver en ratio på 2,31, hvilket er ganske pænt taget i betragtning af de mange variable (inputs) i analysen. Selve kvaliteten af klyngen ligger indenfor grænsen "fair", hvilket vil sige, at klyngerne statistisk set ikke er helt ideelle, men dog stadig indenfor en grænse, der er acceptabel³. Man kunne sagtens have foretaget en klyngeanalyse med en bedre klyngekvalitet – og dermed også færre variable – men i så fald havde man ikke kunnet bruge segmenterne til at indikere særligt meget. Derfor er der foretaget en afvejning mellem klyngeanalysens kvalitet overfor dens analytiske værdi.

Det grønne og økonomiske segment (Segment 1)

Dette segment består af 67 virksomheder. Heraf 15 små, 20 mellemstore og 32 store virksomheder. Alle 67 virksomheder har inden for de seneste fem år foretaget energieffektiviseringer. Blandt disse fordeler virksomhederne sig på følgende brancher:

Bygge og anlæg		Ejendomshandel og udlejning		Erhvervsservice		Finansiering og forsikring		Handel og transport mv.		Industri, råstofindvinding og forsyningsvirksomhed		Information og kommunikation		Kultur, fritid og anden service		Landbrug, skovbrug og fiskeri		Uoplyst aktivitet		Ved ikke		Total	
n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
8	12%	0	0%	5	7%	4	6%	21	31%	14	21%	3	4%	9	13%	0	0%	1	1%	2	3%	67	100%
Vægtede fordeling (Andel fordelt på antallet af virksomheder i den enkelte branche)																							
22%	0%	19%	18%	29%	15%	10%	28%	0%	9%	100%	-												

Det er en overvægt af brancherne *Handel og transport mv.* samt *Industri, råstofindvinding og forsyningsvirksomhed*, som tilsammen udgør mere end halvdelen af virksomhederne i segmentet⁴. Samtidig er det værd at bemærke, at der er et fuldstændigt fravær af brancherne *Ejendomshandel og udlejning* samt *Landbrug, skovbrug og fiskeri*. Fokuserer man nu på den vægtede fordeling⁵, er det *Handel og transport mv.*, *Kultur, fritid og anden service* samt *Bygge og anlæg*, som er de mest dominerende brancher i segmentet. *Handel og transport mv.* udgør således den største branche i dette segment, både i antal og ved den vægtede fordeling.

³ Des flere variable man inddrager i klyngeanalysen, des dårligere kvalitet er det forventeligt at få.

⁴ Disse to brancher udgør imidlertid også de to største brancher i datasættet. Virksomhederne i branchen *Industri, råstofindvinding og forsyningsvirksomhed* udgør 27 pct. af datasættet, mens *Handel og transport mv.* udgør 21 pct.

⁵ Den vægtede fordeling er udtryk for den enkelte branches størrelse i segmentet holdt op imod det samlede antal virksomheder i den pågældende branche i datasættet.

Blandt de 67 virksomheder svarer 55 af virksomhederne (82 pct.), at de kan motiveres til at investere eller igangsætte energieffektivisering på baggrund af *grønne motiver*, mens 49 af virksomhederne (73 pct.) tilkendegiver, at de kan motiveres af *økonomiske motiver*.

12 af virksomhederne (18 pct.) svarer, at de kunne afholde sig fra at investere og igangsætte energieffektivisering på grund af manglende viden, mens kun én af virksomhederne svarer, at den kunne afholdes fra at investere på grund af økonomiske forhold.

Videre tilkendegiver 50 af de 67 virksomheder (75 pct.), at deres energieffektivisering skyldes økonomiske hensyn, mens 39 af virksomhederne (58 pct.) tilkendegiver, at energieffektiviseringen skyldes miljømæssige hensyn.

Beskrivelse af det grønne og økonomiske segment

I dette segment har alle 67 virksomheder inden for de seneste fem år foretaget energieffektivisering. Segmentet er primært domineret af store virksomheder (48 pct.), mens de mellemstore virksomheder udgør 30 pct., hvoraf halvdelen af disse ligger i den store ende af de mellemstore virksomheder⁶.

Selve branchefordelingen indikerer ingen fuldstændige og endegyldige konklusioner på, at bestemte brancher skulle være både grønne og økonomiske – dog udgør *Handel og Transport mv.* omtrent hver tredje virksomhed i segmentet, både i antal og når man kigger på den vægtede fordeling. Derudover er hverken *Ejendomshandel og udlejning* eller *Landbrug, skovbrug og fiskeri* repræsenteret i segmentet, hvilket antyder, at disse brancher ikke umiddelbart er både økonomiske og grønne i holdning og adfærd.

En stor del af virksomhederne – mere end fire ud af fem (82 pct.) – svarer, at de kan motiveres af grønne motiver, hvilket er et udtryk for, at virksomhederne i dette segment vægter miljøet højt. Samtidig er det også næsten tre ud af fire af virksomhederne (73 pct.), der motiveres af økonomi, hvilket betyder, at de økonomiske forhold også spiller en stor rolle for virksomhederne.

Noget tyder imidlertid på, at økonomiske forhold ikke har en altafgørende rolle, når virksomhederne vælger, om de skal investere, da kun én af virksomhederne i segmentet har svaret, at den kan afholdes fra at investere på grund af økonomiske forhold. Der er således en tendens til, at de grønne motivationsfaktorer og hensyn til miljøet har en ganske anseelig betydning for, hvorvidt virksomhederne i dette segment vælger at energieffektivisere.

⁶ Blandt de 20 mellemstore virksomheder har ti af virksomhederne en størrelse på 50-99, mens de resterende ti har en størrelse på mellem 100-249.

Den både økonomiske og grønne profil afspejles igen i virksomhedernes besvarelser i spm 23, hvor mere end halvdelen af virksomhederne (58 pct.) har svaret, at deres energieffektivisering skyldes miljøhensyn, mens tre ud af fire (75 pct.) har svaret, at deres energieffektivisering skyldes et økonomisk hensyn. Det, som kendetegner dette segment, er derfor, at virksomhederne i deres holdninger er mere drevet af grønne motiver end økonomiske motiver, mens de i handling generelt vægter økonomisk rentabilitet ved energiinvesteringen en smule højere end miljøhensyn.

Afsluttende tilkendegiver omkring hver femte virksomhed (18 pct.), at de kunne blive afholdt fra at investere og igangsætte energieffektivisering på grund af manglende viden. Dette antyder, at vidensgrundlaget har en forholdsmaessig stor betydning for, hvorvidt virksomhederne i dette segment energieffektiviserer.

Det økonomisk prioriterende segment (Segment 2)

Dette segment består af 120 virksomheder. Heraf 33 små, 44 mellemstore og 43 store virksomheder. Alle har inden for de seneste fem år foretaget energieffektiviseringer. Blandt disse fordeler virksomhederne sig på følgende brancher:

Bygge og anlæg		Ejendomshandel og udlænding		Erhvervsservice		Finansiering og forsikring		Handel og transport mv.		Industri, råstofindvinding og forsyningsvirksomhed		Information og kommunikation		Kultur, fritid og anden service		Landbrug, skovbrug og fiskeri		Uoplyst aktivitet		Ved ikke		Total	
n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
16	13%	7	6%	3	3%	5	4%	15	13%	43	36%	9	8%	13	11%	2	2%	7	6%	0	0%	120	100%
Vægtede fordeling (Andel fordelt på antallet af virksomheder i den enkelte branche)																							
44%		50%		12%		23%		21%		45%		29%		41%		33%		64%		0%		-	

Som ovenstående tabel viser, er der en forholdsvis bred fordeling blandt brancherne – og alle brancher er repræsenteret i segmentet. Mere end hver tredje virksomhed i segmentet er placeret i branchen *Industri, råstofindvinding og forsyningsvirksomhed*, men da denne branche også er den største i datasættet, er det ikke entydigt klart, om det er noget, som karakteriserer segmentet. Kigger man derimod på den vægtede fordeling ligger næsten halvdelen af virksomhederne imidlertid også i *Industri, råstofindvinding og forsyningsvirksomhed*-branchen.

Endvidere ligger 44 pct. af virksomhederne i branchen *Bygge og Anlæg*, 41 pct. af virksomhederne i branchen *Kultur, fritid og anden service* samt 33 pct. af virksomhederne i branchen *Landbrug, skovbrug og fiskeri* også i dette segment. Men da disse brancher ikke udgør en særlig stor procentdel af det samlede antal virksomheder i datasættet, er det svært endegyldigt at konkludere, hvorvidt disse brancher kan

karakteriseres ud fra samme karakteristika som segmentet.

Blandt de 120 virksomheder tilkendegiver 115 af virksomhederne (96 pct.), at de kan motiveres til at investere eller igangsætte energieffektivisering på baggrund af grønne motiver, mens 111 af virksomhederne (93 pct.) tilkendegiver, at de kan motiveres af økonomiske motiver.

20 af virksomhederne (17 pct.) svarer, at de kunne afholde sig fra at investere og igangsætte energieffektivisering på grund af manglende viden, mens alle virksomheder – med undtagelse af én – svarer, at de kunne afholdes fra at investere på grund af økonomiske forhold.

Videre svarer 101 af de 120 virksomheder (84 pct.) i spm. 23, at deres energieffektivisering skyldes økonomiske hensyn, mens 68 af virksomhederne (57 pct.) tilkendegiver, at energieffektiviseringen skyldes miljømæssige hensyn.

Beskrivelse af det økonomisk prioritrende segment

I dette segment har alle 120 virksomheder inden for de seneste fem år foretaget en eller flere energieffektiviseringer. Fordelingen blandt virksomhedsstørrelserne er forholdsvis lige i dette segment – de små udgør 27 pct., de mellemstore 37 pct. og de store 36 pct., kigger man imidlertid mere på de mellemstore virksomheder er det igen halvdelen af virksomhederne, som ligger i den store ende af de mellemstore virksomheder. Derfor kan man – i nogen udstrækning – konkludere, at dette segment er kendtegnet ved større virksomheder.

I forhold til brancherne er det særligt *Industri, råstofindvinding og forsyningsvirksomhed*, som udgør en stor del af segmentet, og ift. den vægtede fordeling ligger et stort antal af virksomhederne i denne branche også i dette segment. Det kan derfor være med til at indikere, at netop denne branche generelt er meget motiveret for at foretage energieffektiviseringer.

Det, som særligt kendtegner dette segment, er, at virksomhederne her er meget motiverede af både grønne og økonomiske motiver, når det kommer til energieffektivisering. Næsten alle virksomhederne erklærer, at de motiveres til energieffektivisering på grund af grønne motiver, og næsten lige så mange erklærer, at de kan motiveres af økonomiske motiver. Både miljøhensyn og økonomi er altså en stor motivationsfaktor for virksomhederne i dette segment.

I modsætning til forrige segment tilkendegiver næsten alle virksomhederne her – på nær én – at de kunne afholde sig fra energieffektivisering på grund af økonomiske forhold, hvilket kan tolkes som, at virksomhederne – trods deres holdning til miljø og ønske om at være grønne – først og fremmest lader de økonomiske forhold være afgørende for,

hvorvidt en energieffektivisering finder sted. Denne tendens kan videre aflæses i spm 23, hvor størstedelen af virksomhederne (84 pct.) har svaret at deres energieffektivisering primært skyldes et økonomisk hensyn, mens kun lidt over halvdelen (57 pct.) svarer, at det skyldes miljøhensyn. Dette antyder, at selvom stort set alle virksomhederne i deres holdning er meget orienteret og motiveret af miljøhensyn og det at have en grøn profil, så er det i højere grad økonomien, som bliver afgørende, når det reelle energitiltag foretages.

Afsluttende har vidensgrundlaget, ligesom i det forrige segment, en forholdsmaessig stor betydning for virksomheder.

Sammenligner man segment 1 og 2 har begge en grøn profil, men segment 2 er trods den grønne profil stadig mere økonomisk orienteret end segment 1, da økonomien i sidste ende er mere afgørende end miljøhensynet for, hvorvidt der foretages energieffektiviseringer.

Det potentielle segment (Segment 3)

Dette segment består af 108 virksomheder. Heraf 61 små 23 mellemstore og 24 store virksomheder. Blandt de 108 virksomheder har 43 (40 pct.) inden for de seneste fem år foretaget energieffektiviseringer. 20 af virksomhederne (19 pct.) har planlagt, men ikke gennemført nogen energieffektiviseringer, 30 af virksomhederne (28 pct.) har intet gjort og 15 af virksomhederne (14 pct.) svarer, at de ikke ved det.

De 108 virksomheder fordeler sig på følgende brancher:

Bygge og anlæg		Ejendomshandel og udlejning		Erhvervsservice		Finansiering og forsikring		Handel og transport mv.		Industri, råstofindvinding og forsyningsvirksomhed		Information og kommunikation		Kultur, fritid og anden service		Landbrug, skovbrug og fiskeri		Uoplyst aktivitet		Ved ikke		Total	
n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
11	10%	5	5%	14	13%	9	8%	24	22%	19	18%	11	10%	10	9%	3	3%	2	2%	0	0%	108	100%
Vægtede fordeling (Andel fordelt på antallet af virksomheder i den enkelte branche)																							
31%	36%	54%	41%	33%	20%	35%	31%	50%	18%	0%	-												

Ligesom i segment 1 er *Handels og Transport mv.* samt *Industri, råstofindvinding og forsyningsvirksomhed* overrepræsenteret, men ellers er der en forholdsvis lige fordeling mellem de resterende brancher. Kigger man på den vægtede fordeling er brancherne *Erhvervsservice*, *Landbrug, skovbrug og fiskeri*, *Finansiering og forsikring*, *Ejendomshandel og udlejning*, *Information og kommunikation* samt *Kultur, fritid og anden service* imidlertid stærkt repræsenteret i segmentet. Ligesom pointeret ved

forrige segment, så er disse brancher blandt de mindste i det samlede datasæt, hvorfor det er svært at fastslå definitivt, om det, som kendetegner disse brancher overordnet set, er det samme, som kendetegner det pågældende segment. Dog indikerer det, at der er potentiale i disse brancher ift. at fremme energieffektivisering.

Blandt de 108 virksomheder tilkendegiver 57 af virksomhederne (53 pct.), at de kan motiveres til at investere eller igangsætte energieffektivisering på baggrund af *grønne motiver*, mens 69 af virksomhederne (64 pct.) tilkendegiver, at de kan motiveres af *økonomiske motiver*.

17 af virksomhederne (16 pct.) svarer, at de kunne afholde sig fra investere og igangsætte energieffektivisering på grund af manglende viden, mens 42 af virksomhederne (39 pct.) tilkendegiver, at de kunne afholdes fra at investere på grund af økonomiske forhold.

Blandt de 43 virksomheder, som har energieffektiviseret, svarer ingen af virksomhederne, at deres energieffektivisering skyldes økonomiske hensyn eller miljømæssige hensyn.

Beskrivelse af det potentielle segment

Dette segment består, i modsætning til de andre segmenter, af virksomheder, som endnu ikke har energieffektiviseret. Mere end hver fjerde virksomhed (28 pct.) har hverken energieffektiviseret eller planlagt at gøre det, mens omrent hver femte virksomhed (19 pct.) har planlagt energieffektiviseringer, men ikke gennemført dem. Ydermere svarer 15 af virksomhederne – eller 14 pct. – i dette segment, at de ikke ved, om de har energieffektiviseret, og man må derfor overveje om det reelle antal virksomheder, som ikke har energieffektiviseret (og dermed burde høre ind under nejkategorien) reelt er højere.

Kigger man på virksomhedernes størrelsesmæssige fordeling, er der en overvægt af små virksomheder i dette segment (56 pct.). I tillæg til det ligger mere end to tredjedele af de mellemstore virksomheder i den mindre ende⁷, og det som blandt andet karakteriserer dette segment er derfor, at det primært består af små og mindre mellemstore virksomheder.

Som beskrevet ovenfor udgør *Handel og transport mv.* samt *Industri, råstofindvending og forsyningsvirksomhed* en stor del af virksomhederne i segmentet. Ved en vægtet fordeling er det modsat *Erhvervsservice, Landbrug, skovbrug og fiskeri* samt *Finansiering og forsikring*, som udgør de største brancher. Dog ligger hver tredje virksomhed i branchen *Handel og transport* og hver femte i branchen *Industri, råstofindvending og forsyningsvirksomhed* stadig i dette segment, og konklusionen må derfor være, at der

⁷ 16 ud af de 23 mellemstore virksomheder (70 pct.) har mellem 50-99 ansatte.

ikke er nogen brancher, som i særligt højt grad har potentiale for energieffektivisering, men at der i stedet er potentiale og muligheder for at fremme energieffektiviseringen i alle brancherne.

Lidt over halvdelen af virksomhederne i dette segment (53 pct.) svarer, at de kan motiveres til energieffektivisering pga. grønne motiver, mens flere (64 pct.) angiver økonomiske motiver som en motivationsfaktor. Virksomhederne i dette segment synes altså at være mindre miljøorienteret end økonomisk orienteret. Samtidig er segmentet i mindre grad end segment 1 og 2 motiveret af grønne og økonomiske elementer.

Ligesom de to forrige segmenter er det en del af virksomhederne, som svarer at vidensforhold kan afholde dem fra investere. Men uover manglende viden svarer næsten alle virksomhederne – på nær én – at økonomiske forhold kunne afholde dem fra at energieffektivisere, og da mange af virksomhederne i dette segment reelt ikke har foretaget noget energitiltag, kunne man antage, at manglende viden og økonomi kunne være begrundelserne for netop den manglende energieffektivisering.

Opsummerende er dette segment således kendtegnet ved at have potentiale for udvikling. En stor del af virksomhederne har endnu ikke energieffektiviseret, og der er derfor mulighed for at påvirke dem i en retning, hvor de begynder at energieffektiviserer. Over halvdelen af virksomheder tilkendegiver, at de kan motiveres af grønne motiver, mens tæt på to tredjedele tilkendegiver, at økonomiske elementer kan motiver dem. Det åbner således en reel mulighed for at påvirke virksomhederne til at energieffektivisere, hvis man understreger de miljømæssige og økonomiske fordele, der er ved at gøre det.

Det økonomiske segment (Segment 4)

Dette segment består af 52 virksomheder. Heraf 15 små, 14 mellemstore og 23 store virksomheder. Alle 52 virksomheder har inden for de seneste fem år foretaget energieffektiviseringer. Blandt disse fordeler virksomhederne sig på følgende brancher:

Bygge og anlæg		Ejendomshandel og udlejning		Erhvervsservice		Finansiering og forsikring		Handel og transport mv.		Industri, råstof-indvinding og forsyningsvirksomhed		Information og kommunikation		Kultur, fritid og anden service		Landbrug, skovbrug og fiskeri		Uoplyst aktivitet		Ved ikke		Total	
n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
1	2%	2	4%	4	8%	4	8%	12	23%	19	37%	8	15%	0	0%	1	2%	1	2%	0	0%	52	100%
Vægtede fordeling (Andel fordelt på antallet af virksomheder i den enkelte branche)																							
3%	14%	15%	18%	17%	20%	26%	0%	17%	9%	0%	-												

Som i de forrige segmenter udgør *Industri, råstofindvinding og forsyningsselskaber* samt *Handel og transport mv.* en stor procentdel af virksomhederne i segmentet, mens *Kultur, fritid og anden service* er fuldstændig fraværende. Kigger man på den vægtede fordeling er der ikke umiddelbart nogen brancher, som særligt dominerer.

Blandt de 52 virksomheder er der ingen af virksomhederne, som har svaret, at de kan påvirkes til at energieffektivisere pga. grønne motiver, mens alle har svaret, at de økonomiske motiver er en klar motivationsfaktor.

Til forskel fra de andre segmenter er det kun 2 af virksomhederne (4 pct.), som svarer, at de kunne afholde sig fra investere og igangsætte energieffektivisering på grund af manglende viden, mens 42 af virksomhederne (81 pct.) tilkendegiver, at de kunne afholdes fra at investere på grund af økonomiske forhold.

Videre tilkendegiver 48 af de 52 virksomheder (92 pct.), at deres energieffektivisering skyldes økonomiske hensyn, mens 2 af virksomhederne (4 pct.) svarer, at energieffektiviseringen skyldes miljømæssige hensyn.

Beskrivelse af det økonomiske segment

I dette segment har alle 52 virksomheder inden for de seneste fem år foretaget energieffektivisering. Segmentet har en overvægt af store virksomheder (44 pct.), mens de mellemstore virksomheder udgør 27 pct. og de små udgør 29 pct.

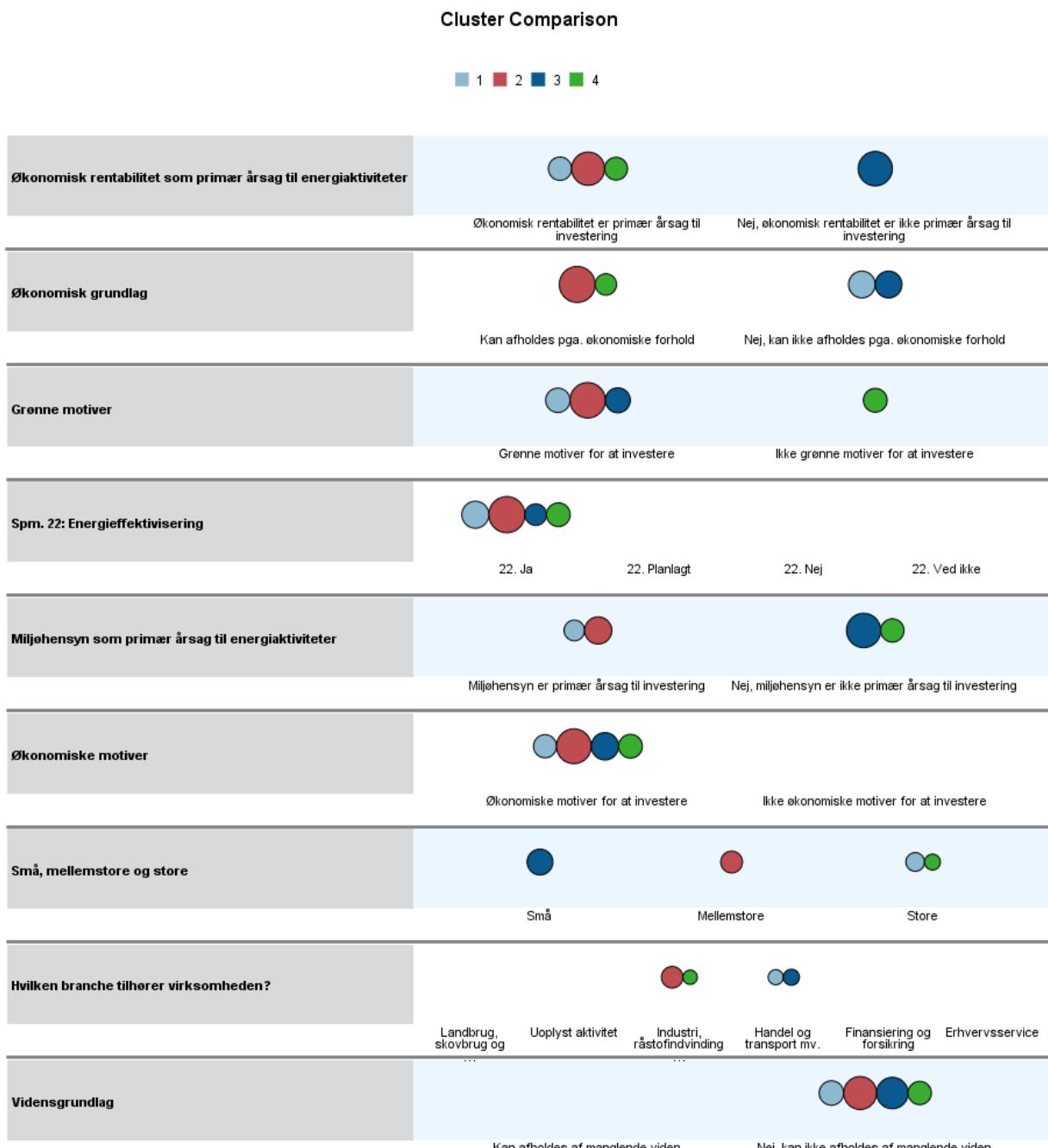
Umiddelbart er der ikke nogen brancher som i meget høj grad dominerer segmentet, men da hver fjerde virksomhed i branchen *Information og kommunikation* ligger i dette segment, kunne det indikere, at – i hvert fald dele af branchen – er meget økonomisk fokuserede. Samtidig er branchen *Kultur, fritid og anden service* fuldstændig fraværende i dette segment, hvilke antyder, at denne branche ikke umiddelbart er rent økonomisk orienteret.

Virksomhederne i dette segment har ikke en grøn profil, men lægger derimod stor vægt på det økonomiske – både ift. til motivation, barrierer for energieffektivisering og til selve begrundelsen for energitiltaget.

Det der særligt kendtegner dette segment er altså en klar orientering mod de økonomiske forhold. Og en klar konklusion må derfor være, at dette segment er meget økonomisk orienteret – og at deres energieffektiviseringer er motiveret og betinget af økonomiske forhold.

Kort opsamling på forskelle og ligheder ved de fire segmenter

Nedenstående illustration viser, hvordan de forskellige segmenter primært fordeler sig blandt spørgsmålene⁸.



Denne grafiske opstilling kan være med til at give et, om end knapt så nuanceret, overblik over, hvordan segmenterne ser ud. Med udgangspunkt i opstillingen kan man

⁸ Der indgår således ikke alle besvarelser inden for segmentet, men blot de mest dominerende tendenser. Selve segmenterne (prikkernes) størrelse indikerer både størrelsen på det egentlige segment, samtidig med at størrelsen tilpasses efter, hvor stor en del af i segmentet, som placerer sig i pågældende kategori. Branche bliver i det følgende ikke kommenteret på grundet den brede fordeling i alle segmenterne.

foretage følgende observationer om de forskellige segmenter:

- **Segment 1 (Det grønne og økonomiske segment):** Det, som primært kendtegner virksomhederne i dette segment, er, at de i høj grad har økonomisk rentabilitet som primær årsag til energieffektivisering; de kan i meget høj grad ikke afholdes fra at foretage energieffektiviseringer pga. økonomiske forhold; de har i høj grad grønne motiver for at investere; de har i nogen grad miljøhensyn som primær årsag til energieffektivisering; de har i høj grad økonomiske motiver for at investere; segmentet består primært af store virksomheder og det kan i høj grad ikke afholdes fra at investere på grund af manglende viden.
- **Segment 2 (Det økonomisk prioriterende segment):** Det, som kendtegner størstedelen af virksomhederne i dette segment, er, at de i meget høj grad har økonomisk rentabilitet som primær årsag til energieffektivisering; de kan i meget høj grad afholdes fra foretage energieffektiviseringer pga. økonomiske forhold; de har i meget høj grad grønne motiver for at investere; de har i nogen grad miljøhensyn som primær årsag til energieffektivisering; de har i høj grad økonomiske motiver for at investere; flertallet af virksomhederne er mellemstore og slutteligt kan de i høj grad ikke afholdes fra at investere på grund af manglende viden.
- **Segment 3 (Det potentielle segment):** Det, som karakteriserer dette segment, er, at det slet ikke har økonomisk rentabilitet som primær årsag til energieffektivisering⁹; økonomiske forhold har kun i nogen grad betydning for, om virksomhederne afholder sig fra at energieffektivisere; de har i nogen grad grønne motiver for at investere; kun en mindre del af segmentet har energieffektiviseret; de har slet ikke miljøhensyn som primær årsag til energieffektivisering¹⁰; de har i høj grad økonomiske motiver for at investere; flertallet af virksomhederne er små og størstedelen kan i høj grad ikke afholdes fra at investere på grund af manglende viden.
- **Segment 4 (Det økonomiske segment):** Dette segment er karakteriseret ved, at de meget høj grad har økonomisk rentabilitet som primær årsag til energieffektivisering; de kan i høj grad afholdes fra at foretage energieffektiviseringer pga. økonomiske forhold; de har slet ikke grønne motiver for at investere; de har slet ikke miljøhensyn som primær årsag til energieffektivisering; de har i høj grad økonomiske motiver for at investere; flertallet af virksomhederne er store og de kan de i høj grad ikke afholdes fra at investere på grund af manglende viden.

⁹ Denne tendens gør sig kun gældende for de 43 virksomheder, som rent faktisk har energieffektiviseret. De virksomheder, som endnu ikke har gjort noget, er ikke blevet stillet spørgsmålet, og man kan derfor ikke sige at det er en generel karakteristika for segmentet.

¹⁰ Samme gør sig gældende med denne tendens.

Selvom segmenterne har en række forskelle, som hver især udgør særskilte kendetegebnisse for de enkelte segmenter, så er der alligevel en række ligheder, som er værd at bide mærke i.

Blandt de tre segmenter, hvor alle virksomhederne har foretaget en energieffektivisering, er alle segmenterne kendetegne ved primært at bestå af store virksomheder samt "store" mellemstore virksomheder, mens segmentet, hvor virksomhederne endnu ikke har gjort noget, primært består af små virksomheder. Det kan antyde, at det typisk er blandt de mindre virksomheder, hvor der opleves barrierer for energieffektivisering. Samtidig er noget, som kendetegger alle fire segmenter, at økonomien spiller en stor rolle – både når den fungerer som en motivationsfaktor, er en barriere, som kan afholde virksomhederne fra at energieffektivisere eller er den primære grund til energieffektivisering. Det understreger derfor vigtigheden af at fremhæve de økonomiske fordele ved energieffektivisering, da dette i meget høj grad påvirker virksomhedernes holdninger til og handlinger i forbindelse med energieffektivisering.

Figuren viser blandt andet at alle segmenterne, med undtagelse af segment 3¹¹, har økonomiske rentabilitet eller det økonomiske hensyn som en vigtig årsag for at energieffektivisere, mens "kun" to af segmenterne, segment 1 og 2, også har miløjhensyn som primær årsag – og det er endda kun i noget omfang. Figuren illustrerer endvidere, at de økonomiske motivationsfaktorer har en stor betydning for alle virksomhederne, mens de grønne motiver dog også i vid udstrækning – med undtagelse af det økonomiske segment (segment 4) – kan motivere segmenterne til at energieffektivisere. Afsluttende kan det siges, at vidensgrundlaget ikke i nogen særligt betydelig grad synes at være en barriere for, hvorvidt virksomhederne energieffektiviserer.

¹¹ Der som skrevet kun har en mindre del af virksomheder, som har energieffektiviseret.



Indsatsanalyse af segmenterne blandt de små, mellemstore og store virksomheder

Som segmentanalysen ovenfor har illustreret, er der en del af virksomhederne, som har foretaget energieffektiviseringer, men tilsyneladende på forskellige grundlag. Det er derfor interessant at foretage en yderligere analyse af omfanget af indsatsen i de forskellige segmenter af to helt klare grunde. For det første giver en sådan analyse muligheden for at se, om der er en forskel i omfanget af indsats blandt de henholdsvis mere "grønne" segmenter og de mere økonomiske segmenter, og for det andet kan det være med til at identificere, i hvilke segmenter der kunne være mulighed for at motivere eller opfordre til en yderligere indsats.

Segmenter blandt på de små, mellemstore og store virksomheder																			
22. Ekstra (Grad af indsats)		Det økonomisk prioriterende segment (Segment 2)			Det potentielle segment (Segment 3)			Det økonomiske segment (Segment 4)			Total								
All interviews	No weighting	n	% (row)	n	% (row)	n	% (row)	n	% (row)	n	% (row)	Sig.							
Bred indsats	9	13%	28%	18	15%	56%	+95%	2	2%	6%	-99%	3	6%	9%	32	9%	100%		
Middel indsats	34	51%	24%	+90%	58	48%	41%	+95%	15	14%	11%	-99%	33	63%	24%	+99%	140	40%	100%
Smal indsats	24	36%	22%	44	37%	40%		26	24%	24%	-95%	16	31%	15%		110	32%	100%	
Planlagt indsats, men ikke gennemført	0	0%	0%	0	0%	0%	-99%	20	19%	100%	+99%	0	0%	0%		20	6%	100%	
Ingen indsats	0	0%	0%	-99%	0	0%	0%	-99%	30	28%	100%	+99%	0	0%	0%		30	9%	100%
Ved ikke	0	0%	0%	0	0%	0%	-99%	15	14%	100%		0	0%	0%		15	4%	100%	
Total	67	100%	19%	120	100%	35%		108	100%	31%		52	100%	15%		347	100%	100%	

Som ovenstående tabel illustrerer, er det samlet set kun omkring hver femte virksomhed (19 pct.), som endnu intet har gjort for at energieffektivisere¹². Ydermere er det kun 9 pct. af det samlede antal virksomheder, som har gjort en bred indsats¹³ ift. energieffektivisering, hvilket kan betyde, at der også ligger et "skjult" potentiale i at få virksomheder, som har endnu kun gjort en middel eller smal indsats, til at energieffektivisere endnu mere. Realistisk set må det dog forventes at være en udfordring at få alle virksomheder til at yde en bred indsats, og derfor ville en målsætning om, at få alle virksomheder til enten at yde en middel eller bred indsats kunne give 110 – eller 32 pct. – ekstra "potentielle" virksomheder, blandt de virksomheder som endnu kun har foretaget en smal indsats. Samtidig kan det ud fra tabellen konkluderes, at der hyppigst gøres en middel indsats, når virksomhederne vælger at energieffektivisere.

Umiddelbart kan man kategorisere segment 1 og 2 som segmenter med grønne profiler, da begge segmenter i høj grad ud fra holdning og handling motiveres af og har fokus på miljø, mens segment 4, og til dels segment 3, kan kategoriseres som segmenter med en økonomisk profil. Segment 3 – *det potentielle segment* – er imidlertid sværere at placere end de andre segmenter; selvom virksomhederne her ikke er "grønne", så er de heller ikke voldsomt økonomisk orienteret, som fx segment 4.

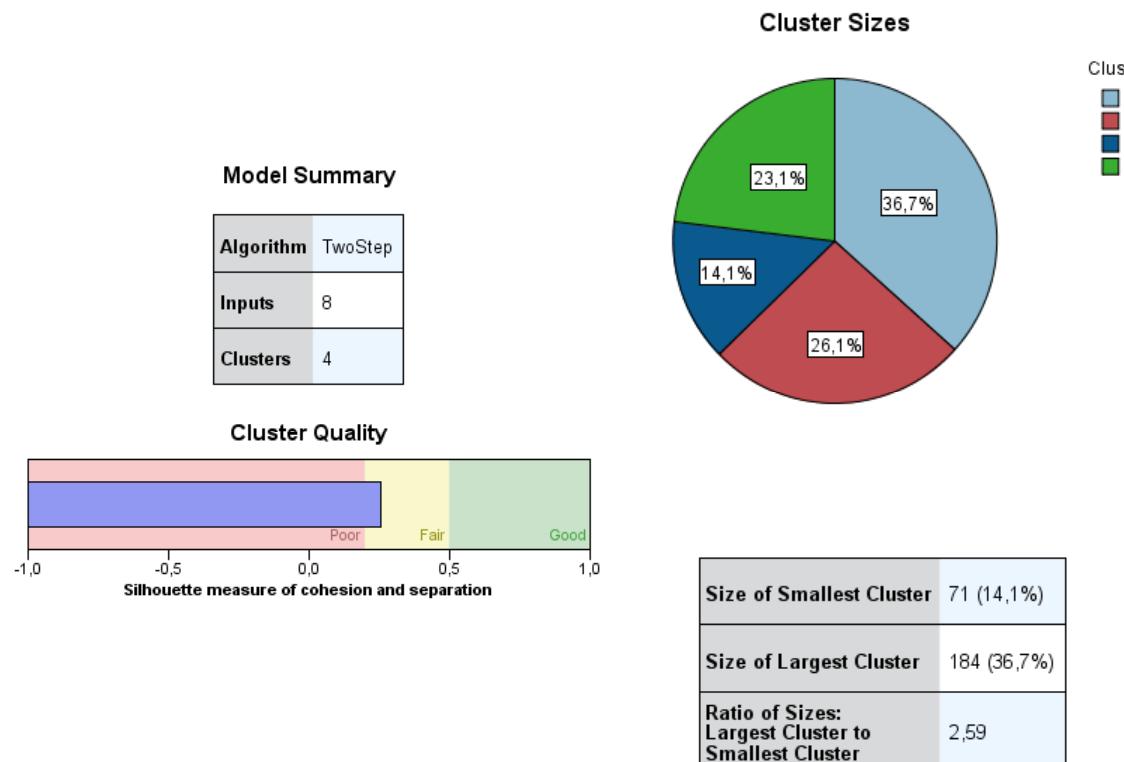
Fokuserer man nu på de enkelte segmenter, er det *det økonomisk prioriterende segment*, som yder den største indsats, når det kommer til energieffektivisering, hvilket blandt andet kan skyldes, at en overvældende del – nemlig 96 pct. – motiveres af grønne motiver. Hernæst er *det grønne og økonomiske segment* det segment, hvor næstflest har en bred indsats. Dette segment var samtidig også det segment, hvor næstflest havde grønne motiver for at investere i energieffektivisering. I *det økonomiske segment* havde ingen af virksomhederne grønne motiver som motivationsfaktor, men da dette segment trods alt kun består af virksomheder, som har energieffektiviseret – modsat *det potentielle segment* – så er det ikke overraskende, at dette segment er det, som har gjort den tredjestørste brede indsats, mens *det potentielle segment* i mindre udstrækning end de andre segmenter har gjort en bred indsats. Nogenlunde samme tendens synes at gøre sig gældende, når man ser på segmenterne og middel indsats, hvilket kan indikere, at des mere motiveret virksomheder er af grønne motiver, des større sandsynlighed er der for, at de gør en bred eller middel indsats.

¹² Her er "Nej", "Planlagt, men ikke gennemført" og "Ved ikke" sammenlagt, da det antages at "Ved ikke"-besvarelserne betyder, at virksomhederne ikke har gjort noget.

¹³ Indsats på mange forskellige områder som defineret tidligere

Mikrovirksomheder

Denne gruppe indeholder 502 mikrovirksomheder. På baggrund af de nævnte variable (I afsnittet "Præsentation af de forskellige segmenter") dannes fire forskellige segmenter¹⁴.



Som de to ovenstående figurer viser, dannes der fire segmenter med et størrelsesspænd på 71 virksomheder til 184 virksomheder. Dette giver en ratio på 2,59, hvilket er ganske pænt taget i betragtning af de mange variable (inputs) i klyngeanalysen. Som pointeret i analysen af de små-, mellemstore og store virksomheder, er der foretaget en afvejning mellem klyngekvaliteten og analysens analytiske værdi. Dette er grunden til, at det accepteres at klyngekvaliteten ligger indenfor grænsen "fair".

Det potentielle segment (Mikrosegment 1)

I dette segment er der 184 virksomheder, hvor 20 af virksomhederne (11 pct.) har foretaget energieffektivisering inden for de seneste fem år, 30 af virksomhederne (16 pct.) har planlagt, men ikke gennemført energieffektivisering, 113 af virksomhederne (61 pct.) har svaret nej, mens 21 af virksomhederne (11 pct.) har svaret ved ikke.

På brancherne fordeler de 184 virksomheder sig således:

¹⁴ Se afsnit "Præsentation af de forskellige segmenter"

Bygge og anlæg		Ejendomshandel og udlejning		Erhvervsservice		Finansiering og forsikring		Handel og transport mv.		Industri, råstof-indvinding og forsyningsvirksomhed		Information og kommunikation		Kultur, fritid og anden service		Landbrug, skovbrug og fiskeri		Uoplyst aktivitet		Ved ikke		Total	
n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
14	7%	11	6%	20	11%	7	4%	26	14%	9	5%	26	14%	13	7%	24	13%	21	11%	13	7%	184	100%
Vægtede fordeling (Andel fordelt på antallet af virksomheder i den enkelte branche)																							
30%	40%	33%	58%	40%	30%	35%	27%	29%	58%	72%	-												

Virksomhederne fordeler sig, som ovenstående tabel viser, bredt på de forskellige brancher; og der er således ingen af virksomhederne, som er stærkt dominerende i dette segment. Dog udgør virksomhederne inden for *Handel og transport mv.* hver fjerde virksomhed i segmentet. Kigger man på den vægtede fordeling er alle virksomheder hyppigt repræsenteret i segmentet. Dette segment er imidlertid også det segment med det største antal virksomheder, hvorfor det ville være forventeligt at alle brancher har et stort antal af virksomhederne i dette segment.

Blandt de 184 virksomheder tilkendegiver 100 af virksomhederne (54 pct.), at de kan motiveres til at investere eller igangsætte energieffektivisering på baggrund af *grønne motiver*, mens næsten tre ud af fire af virksomhederne (72 pct.) har svaret, at de kan motiveres af *økonomiske motiver*.

21 af virksomhederne (11 pct.) svarer, at de kunne afholde sig fra at investere og igangsætte energieffektivisering på grund af manglende viden, mens 108 af virksomhederne (59 pct.) svarer, at de kunne afholdes fra at investere på grund af økonomiske forhold.

Blandt de 20 virksomheder, som inden for de seneste fem år har foretaget energieffektiviseringer, er der ingen af virksomhederne som har gjort det af økonomiske eller miljømæssige hensyn.

Beskrivelse af det potentielle segment

Dette segment består – i modsætning til de andre segmenter – af virksomheder, som endnu ikke har energieffektiviseret. I dette segment er det stort set kun hver tiende virksomhed, som rent faktisk har foretaget energieffektivisering inden for de seneste fem år. Omtrent hver sjette virksomhed har planlagt energieffektiviseringer, men har ikke gennemført dem, mens størstedelen af virksomhederne (61 pct.) ikke har energieffektiviseret. Yderligere svarer 21 af virksomhederne – eller 11 pct. – at de ikke ved, om de har energieffektiviseret, og man må derfor overveje om det givne

antal virksomheder, som ikke har energieffektiviseret, reelt er højere.

Fokuserer man på brancherne, er der ikke nogen brancher som særligt dominerer dette segment. Samtidig har alle brancherne en repræsentation på mellem 27-58 pct.¹⁵, og dette segment er derfor kendtegnet ved at repræsentere alle brancherne.

Virksomhederne i dette segment har generelt både grønne og økonomiske motiver for at investere i energieffektivisering. Dog vægtes det økonomisk hensyn højst, idet næsten tre fjerdedele af virksomhederne nævner økonomi som en motivationsfaktor, mens kun lidt over halvdelen nævner miljøhensyn og en grøn profil som incitament for investering eller igangsættelse af energieffektivisering. Samtidig svarer over halvdelen af virksomhederne, at økonomiske forhold kunne afholde dem fra at investere, hvilket kan aflæses som, at virksomhederne – trods deres holdning til miljø og ønske om at være grønne – først og fremmest lader de økonomiske forhold være afgørende for, hvorvidt en energieffektivisering finder sted.

I forhold til manglende viden som baggrund for at afholde sig fra energieffektivisering er det kun en mindre del af virksomhederne, som svarer, at manglende viden kunne afholde dem fra at energieffektivisere. Det synes således ikke at være det, som afholder virksomhederne fra at energieffektivisere.

Opsummerende tyder det altså på, at der er gode muligheder for at få de mange virksomheder (89 pct.)¹⁶, der endnu ikke har foretaget nogen former for energieffektivisering, til at gøre en indsats i fremtiden, da det trods alt er mere end halvdelen, som nævner grønne motiver som incitament for energieffektivisering. Virksomhederne er imidlertid også meget fokuserede på de økonomiske aspekter, og man må derfor antage, at såfremt man skal motivere virksomhederne til at påbegynde energitiltag, så kræver det, at man kan overbevise dem om de økonomiske fordele ved at energieffektivitere.

Det grønne og økonomiske segment (Mikrosegment 2)

Dette segment består af 131 virksomheder, hvoraf alle virksomhederne har foretaget energieffektivisering inden for de seneste fem år. Blandt disse fordeler virksomhederne sig på følgende brancher:

¹⁵ "Ved ikke" er ikke medtaget, da der ikke fortæller noget om branchen.

¹⁶ Her antages det at "Ved ikke" betyder, at virksomhederne ikke har energieffektiviseret endnu.

Bygge og anlæg		Ejendomshandel og udlejning		Erhvervservice		Finansiering og forsikring		Handel og transport mv.		Industri, råstofindvinding og forsyningsvirksomhed		Information og kommunikation		Kultur, fritid og anden service		Landbrug, skovbrug og fiskeri		Uoplyst aktivitet		Ved ikke		Total	
n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
15	11%	6	5%	14	11%	1	1%	13	10%	11	8%	18	14%	15	11%	30	23%	6	5%	2	2%	131	100%
Vægtede fordeling (Andel fordelt på antallet af virksomheder i den enkelte branche)																							
33%	22%	23%	8%	20%	37%	24%	30%	36%	17%	11%	-												

Ligesom i forrige segment er branchefordelingen ret bred. Branchen *Landbrug, skovbrug og fiskeri* udgør dog tæt på hver fjerde virksomhed i segmentet¹⁷.

Kigger man på den vægtede fordeling er det ligeledes *Landbrug, skovbrug og fiskeri*, som træder frem – hver tredje virksomhed i denne branche placerer sig i dette segment. Branchen *Industri, råstofindvinding og forsyningsvirksomhed* samt *Bygge og anlæg* er ift. sin størrelse også meget dominerende i denne branche – her er det hver tredje virksomhed i branchen som ligger i dette segment.

I dette segment svarer alle 131 virksomheder, at de kan motiveres til at investere eller igangsætte energieffektivisering på baggrund af *grønne motiver*, mens lidt færre, 122 ud af 131 (93 pct.) svarer, at det kan motiveres af *økonomiske motiver*.

Mere end hver femte af virksomhederne (21 pct.) svarer, at de kunne afholde sig fra at investere og igangsætte energieffektivisering på grund af manglende viden og tæt på to tredjedele (64 pct.) svarer, at de kunne afholdes fra at investere på grund af økonomiske forhold.

Blandt de 131 virksomheder svarer 99 (76 pct.), at energieffektivisering primært skyldes økonomiske hensyn, mens en del færre – 45 ud af de 131 (34 pct.) svarer, at energieffektiviseringen primært skyldes miljømæssige hensyn.

Beskrivelse af det grønne og økonomiske segment

I dette segment har alle 131 virksomheder inden for de seneste fem år foretaget energieffektivisering. Selvom alle virksomhederne er hyppigt repræsenteret – gennemsnitligt med mere end hver femte virksomhed liggende i dette segment – så er der en stor del af virksomhederne, som er beskæftiget i den primære sektor¹⁸.

I forhold til motivationsfaktorer er virksomhederne i dette segment i meget høj grad

¹⁷ Denne branche udgør imidlertid også den største branche i datasættet.

¹⁸ Herunder *Industri, råstofindvinding og forsyningsvirksomhed* og *Landbrug, skovbrug og fiskeri*

både motiveret af grønne og økonomiske motiver, mens den reelle energieffektivisering i højere grad skyldes økonomiske hensyn end miljøhensyn. Det skal dog huskes, at der er forskel på primære og underliggende årsager til energieffektivisering, og man må derfor antage – til trods for at ”kun” hver tredje virksomhed har energieffektiviseret primært pga. miljøhensyn – at miljøhensynet er både en stor motivationsfaktor og vægtes højt i dette segment.

Afsluttende svarer mere end hver femte virksomhed, at manglende viden kan afholde dem fra at energieffektivisere, og der kan derfor ligge et skjult potentiale i at bedre vidensgrundlaget hos virksomhederne, så de tilskyndes til at gøre en endnu større indsats ift. energieffektivisering.

Det inkonsistente segment (Mikrosegment 3)

Det tredje segment består af 71 virksomheder, som alle inden for de seneste fem år har energieffektiviseret.

I dette segment fordeler virksomhederne sig på følgende brancher:

Bygge og anlæg		Ejendomshandel og udlejning		Erhvervsservice		Finansiering og forsikring		Handel og transport mv.		Industri, råstof-indvinding og forsyningsvirksomhed		Information og kommunikation		Kultur, fritid og anden service		Landbrug, skovbrug og fiskeri		Uoplyst aktivitet		Ved ikke		Total	
n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
4	6%	7	10%	10	14%	2	3%	7	10%	5	7%	14	20%	6	8%	11	15%	5	7%	0	0%	71	100%
Vægtede fordeling (Andel fordelt på antallet af virksomheder i den enkelte branche)																							
9%		26%		16%		17%		11%		17%		19%		12%		13%		14%		0%		-	

Ligesom i de andre segmenter er der en nogenlunde lige fordeling blandt brancherne. Dog udgør *Information og kommunikation* hver femte virksomhed i segmentet.¹⁹ Fokuserer man på den vægtede fordeling er der ingen af brancherne, som er særligt overrepræsenteret i segmentet.

Blandt de 71 virksomheder er der 23 (32 pct.), som svarer, at de kan motiveres til at investere eller igangsætte energieffektivisering pga. grønne motiver, mens ingen af virksomhederne har svaret, at de kan motiveres af økonomiske motiver.

Kun få af virksomhederne – 6 ud af 71 (8 pct.) svarer, at de kunne afholde sig fra investere og igangsætte energieffektivisering på grund af manglende viden og endnu

¹⁹ Man skal imidlertid være opmærksom på, at denne branche er den anden største branche i dette datasæt.

færre – kun 2 ud af de 71 virksomheder (3 pct.) svarer, at kunne afholdes fra at investere på grund af økonomiske forhold.

Tæt på to tredjedele (65 pct.) af virksomhederne i segmentet svarer, at deres energieffektivisering primært skyldes økonomiske hensyn, mens 22 ud af 71 (31 pct.) svarer, at det primært skyldes miljømæssige hensyn.

Beskrivelse af det inkonsistente segment

Alle virksomhederne i segmentet har inden for de seneste fem år foretaget energieffektivisering. I forhold til branchefordelingen er alle brancherne repræsenteret i segmentet, men man aner dog en svag overvægt af virksomheder beskæftiget i det private serviceerhverv, den tertiære sektor²⁰.

I modsætning til de andre segmenter synes virksomhederne her ikke umiddelbart at være særligt motiveret af hverken økonomi eller miljø – dog svarer omrent hver tredje virksomhed, at de kan motiveres af grønne motiver, mens ingen nævner økonomi som en motivationsfaktor. I forlængelse af det svarer en meget lille del af virksomhederne, at de kunne afholdes fra at energieffektivisere på et økonomisk grundlag, mens en stor del af virksomhederne angiver økonomisk rentabilitet som primær årsag til energieffektivisering.

I dette segment synes der altså at være en uoverensstemmelse mellem holdning og handling, når det kommer til det økonomiske aspekt. Ingen af virksomhederne har økonomiske motiver som incitament for energieffektivisering, mens en stor del angiver det som årsag til deres energieffektivisering. Imidlertid er der en nogenlunde lige stor del, som angiver grønne motiver som motivationsfaktor og samtidig svarer, at energieffektiviseringen primært skyldes miljøhensyn. Det antyder derfor, at de virksomheder som tilkendegiver, at de har en "grøn" holdning også umiddelbart handler på et "grønt" grundlag.

Det økonomiske segment (Mikrosegment 4)

Denne klynge består af 116 virksomheder, og alle virksomhederne har inden for de seneste fem år foretaget energieffektiviseringer. Blandt disse fordeler virksomhederne sig på følgende brancher:

²⁰ Herunder *Ejendomshandel og udlejning, Information og kommunikation og Erhvervsservice*

Bygge og anlæg		Ejendomshandel og udlejning		Erhvervservice		Finansiering og forsikring		Handel og transport mv.		Industri, råstofindvinding og forsyningsvirksomhed		Information og kommunikation		Kultur, fritid og anden service		Landbrug, skovbrug og fiskeri		Uoplyst aktivitet		Ved ikke		Total	
n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	N	%	n	%	n	%	n	%
13	11%	3	3%	17	15%	2	2%	18	16%	5	4%	17	15%	15	13%	19	16%	4	3%	3	3%	116	100%
Vægtede fordeling (Andel fordelt på antallet af virksomheder i den enkelte branche)																							
28%	11%	28%	17%	28%	17%	23%	31%	23%	11%	17%	-												

Ligesom i de andre segmenter er alle virksomhederne repræsenteret i dette segment, dog forekommer brancherne *Ejendomshandel og udlejning*, *Finansiering og forsikring* samt *Industri, råstofindvinding og forsyningsvirksomhed* en del færre gange end de resterende brancher²¹. Kigger man på det den vægtede fordeling placerer næsten en tredjedel af virksomhederne i *Kultur, fritid og anden service* sig i dette segment, mens lidt over hver fjerde af virksomhederne i brancherne *Bygge og anlæg* samt *Erhvervsservice* også placerer sig i segmentet.

Der er ingen af virksomhederne, som har svaret, at de kan motiveres på baggrund af *grønne motiver*, mens næsten alle virksomhederne (97 pct.) har svaret, at det kan motiveres af *økonomiske motiver*.

11 af de 116 virksomheder (9 pct.) har svaret, at de kunne afholde sig fra investere og igangsætte energieffektivisering på grund af manglende viden, mens en stor del af virksomhederne (70 pct.) tilkendegiver, at de kunne afholdes fra at investere på et økonomisk grundlag.

Videre tilkendegiver tre ud af fire af virksomhederne (76 pct.) at deres energieffektivisering primært skyldes økonomiske hensyn, mens langt færre (35 pct.) svarer, at energieffektiviseringen primært skyldes miljømæssige hensyn.

Beskrivelse af det økonomiske segment

Som i de to forrige segmenter har alle virksomhederne i dette segment inden for de seneste fem år foretaget energieffektiviseringer. Til forskel fra de andre segmenter angiver ingen virksomheder imidlertid grønne motiver som noget, der motiverer dem til at energieffektivisere. Derimod angiver stort set alle virksomhederne, at de kan motiveres af økonomi, og i forlængelse af det svarer en stor overvægt af virksomhederne også, at de kan afholdes fra at investere eller igangsætte energieffektivisering på et økonomisk grundlag.

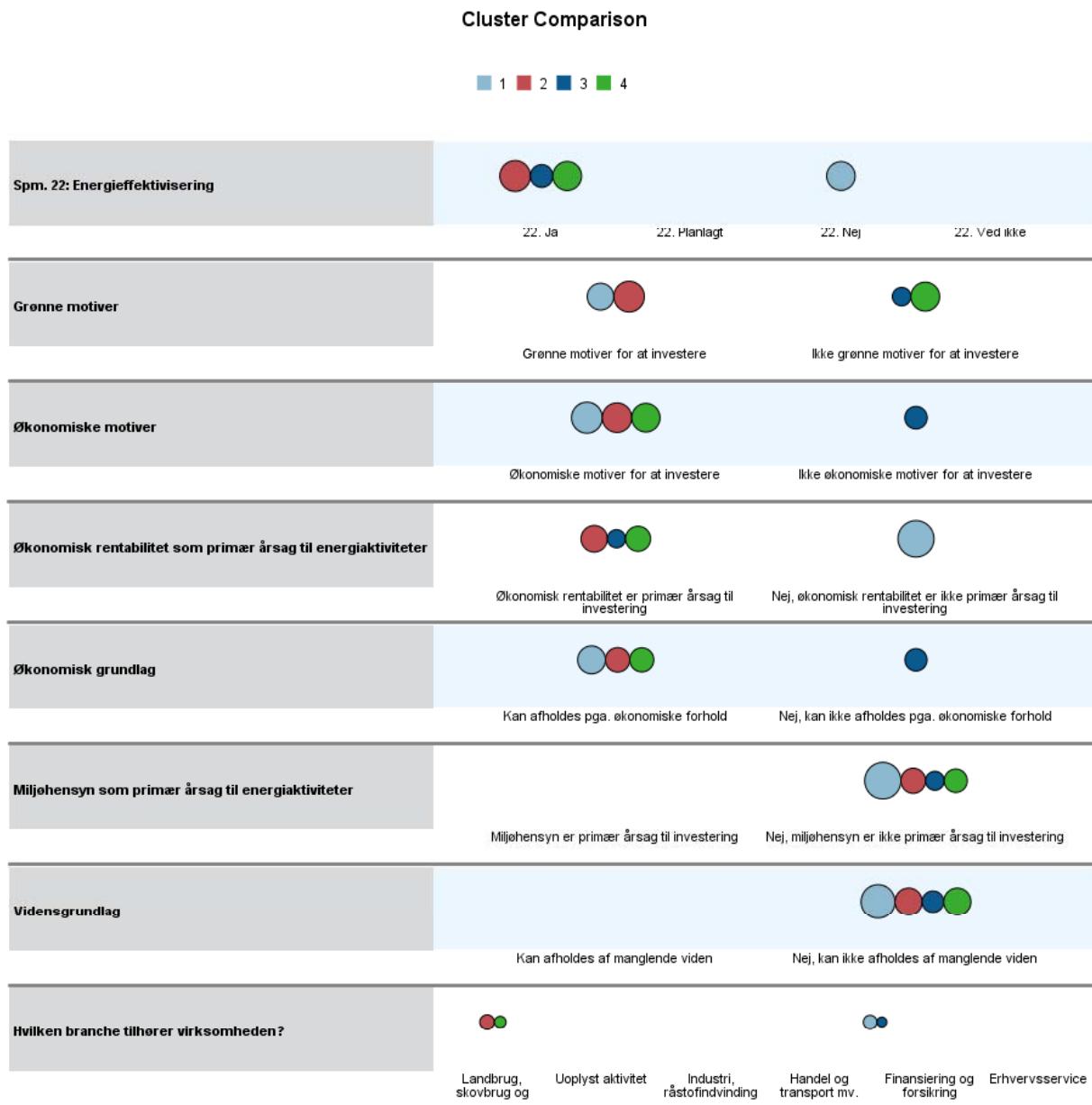
²¹ Disse tre brancher udgør imidlertid heller ikke en særlig stor procentdel af det samlede antal virksomheder i datasættet.

En stor del af virksomhederne svarer også, at den primære årsag til deres energieffektivisering skyldes økonomiske hensyn, mens kun omrent hver tredje virksomhed har miljøhensyn som primær årsag til energieffektiviseringen.

En helt klar tendens i dette segment er derfor, at virksomhederne er meget økonomiske, både i holdning og i handling, og at deres energieffektiviseringer er både motiveret og betinget af økonomiske forhold.

Kort opsamling på forskelle og ligheder ved de fire mikroklynger

Nedenstående illustration viser, hvordan de forskellige segmenter primært fordeler sig blandt spørgsmålene²².



Samme pointe som ved forrige opsamling gør sig gældende her, nemlig at ovenstående grafiske opstilling kun er med til at give et overfladisk overblik over,

²² Der indgår således ikke alle besvarelserne inden for segmentet, men blot de mest dominerende tendenser. Selve segmenterne (prikkernes) størrelse indikerer både størrelsen på det egentlige segment, samtidig at størrelsen tilpasses efter, hvor stor en del af virksomhederne i segmentet, som placerer sig i pågældende kategori. Branche bliver i det følgende ikke kommenteret på grund den brede fordeling i alle segmenterne.

hvilke karakteristika der er ved de forskellige segmenter.

- **Mikrosegment 1 (Det potentielle segment):** Til forskel fra de andre segmenter er det, som kendetegner det potentielle segment, at segmentet primært ikke har energieffektiviseret. Samtidig er segmentet kendetegnet ved i nogen grad at have grønne motiver for at investere, mens de økonomiske motiver også i høj grad tæller. Virksomhederne er derudover kendetegnet ved, at de hverken har økonomisk rentabilitet eller miljøhensyn som primær årsag til deres energieffektivisering²³. Derudover kan det økonomiske grundlag kun i nogen grad afholde dem fra at investere, mens de i høj grad ikke kan afholdes fra at investere på grund af manglende viden.
- **Mikrosegment 2 (Det grønne og økonomiske segment):** Det, som karakteriserer virksomhederne i dette segment, er, at næsten alle har både grønne og økonomiske motiver for at investere; de har i høj grad økonomisk rentabilitet – økonomiske hensyn – som primær årsag til energieffektivisering, mens miljøhensyn kun i mindre grad er den primære årsag. De kan i nogen grad afholdes fra at investere på grund af det økonomiske grundlag, og de kan i mindre grad afholdes fra at investere på grund af manglende viden.
- **Mikrosegment 3 (Det inkonsistente segment):** Det, som kendetegner størstedelen af virksomhederne i dette segment, er, at de kun i mindre grad har grønne motiver for at investere og slet ikke har økonomiske motiver som motivationsfaktor for at investere. De har i høj grad økonomisk hensyn, som primær årsag til deres energieffektivisering, mens de kun i mindre grad har miljøhensyn som primær årsag. De kan i meget høj grad ikke afholdes fra at investere af økonomiske grunde, og kan kun i meget lille grad afholdes fra at investere på grund af manglende viden.
- **Mikrosegment 4 (Det økonomiske segment):** Det, som karakteriserer dette segment, er, at det slet ikke kan motiveres til at investere på grund af grønne motiver, men i stedet i meget høj grad kan motiveres af økonomiske motiver. Virksomhederne har i høj grad økonomisk hensyn som primær årsag til deres energieffektivisering, mens det kun i mindre grad har miljøhensyn som primær årsag. Segmentet vælger i høj grad et økonomisk grundlag som noget, der kunne afholde det fra at investere, mens det kun i lille grad kan afholdes fra at investere på grund af et manglende vidensgrundlag.

Udover de enkelte segmenters særskilte kendetegn illustrerer figuren også en række forskelle og ligheder mellem de forskellige segmenter. Figuren viser blandt andet, at segmenterne kan opdeles i profiler – som mere eller mindre – er grønne (segment 1

²³ Man skal imidlertid være opmærksom på, at dette karaktertræk kun dækker over de 20 virksomheder (11 pct.), som rent faktisk har energieffektiviseret

og 2), selvom ingen af segmenterne dog har miljøhensyn som den overvejende primære årsag til de reelle energieffektiviseringer. Samtidig kan det også aflæses, at alle segmenterne, med undtagelse af segment 3²⁴, har en meget økonomisk profil, hvor økonomi både er en motivationsfaktor og forekommer som en barriere for energieffektivisering. Afsluttende viser figuren, at viden umiddelbart ikke er en barriere for nogen af segmenterne i forhold til energieffektivisering.

²⁴ Som i øvrigt hverken har en klar grøn eller økonomisk profil.

Indsatsanalyse af mikrosegmenterne

Samlet set er det omkring to tredjedele af virksomhederne (66 pct.), som har foretaget en eller anden grad af energieffektivisering, mens hver tredje virksomhed endnu intet har gjort²⁵. Nedenstående tabel er endvidere med til at illustre, i hvilken grad virksomhederne har energieffektiviseret, og her står det klart, at indsatsen blandt mikrovirksomhederne er langt fra lige så bred som blandt de små, mellemstore og store virksomheder. Blandt mikrovirksomhederne er det således kun 4 ud af 502 virksomheder – og altså under 1 pct. – som har foretaget en bred indsats, mens størstedelen af virksomhederne kun har ydet en smal indsats.

22. Ekstra (Grad af indsats) All interviews No weighting	Segmenter blandt mikrovirksomhederne										Total	
	Det potentielle segment (Mikrosegment 1)				Det økonomiske og grønne segment (Mikrosegment 2)				Det inkonsistente segment (Mikrosegment 3)			
	n	%	(row)	Sig.	n	%	(row)	Sig.	n	%	(row)	Sig.
Bred indsats	0	0%	0%		2	2%	50%		0	2%	50%	
Middel indsats	5	3%	5%	-95%	41	31%	37%	+99%	21	30%	19%	44
Smal indsats	15	8%	7%	-95%	88	67%	39%	+99%	50	70%	22%	99%
Planlagt indsats, men ikke gennemført	30	16%	100%	+99%	0	0%	0%	-95%	0	0%	0%	0%
Ingen indsats	113	61%	100%	+99%	0	0%	0%	-95%	0	0%	0%	-95%
Ved ikke	21	11%	100%	+99%	0	0%	0%	-95%	0	0%	0%	0%
Total	184	100%	37%		131	100%	26%		71	100%	14%	
									116	100%	23%	
									502	100%	100%	

²⁵ Her er "Planlagt indsats, men ikke gennemført", "Ingen indsats" samt "Ved ikke" sammenlagt, da det antages at de virksomheder, som ikke ved om de har foretaget energieffektiviseringer, ikke har gjort det.

Fokuserer man nu på, hvorvidt segmenterne har en grøn eller en økonomisk profil, kan mikrosegmenterne ikke deles lige så klart op som i forrige segmentanalyse. Segment 2 er det eneste reelle "grønne" segment i analysen, selvom segment 1, det potentielle segment, i nogen udstrækning (Ca. halvdelen af virksomhederne) svarer, at de kan motiveres af grønne motiver, og kan derfor beskrives som havende 'grønne toner'. Hvad der imidlertid ikke fremgår lige så klart som i forrige analyse er, hvorvidt den grønne profil har en indflydelse på graden af virksomhedernes energieffektiviseringsindsats. Det er godt nok blandt segment 2, at de to af de fire virksomheder, som har foretaget en bred indsats, ligger, men de resterende to ligger imidlertid i et segment, som har tilkendegivet, at de på ingen måde kan motiveres af grønne motiver, men i stedet alene synes at blive motiveret af økonomiske grunde.

Segment 4 er i deres holdning meget økonomisk orienteret, hvilket også afspejler sig i deres handlinger, men samtidig angiver hver tredje virksomhed miljøhensyn som primær begrundelse for deres energieffektivisering, hvilket kunne antyde, at de ikke har en helt ren økonomisk profil. Lidt af det samme gør sig gældende for segment 3, det inkonsistente segment (deraf navnet), som er endnu sværere at placere. Dette segment svarer, at det slet ikke har økonomiske motiver, og kun i mindre grad har grønne motiver for at investere, mens den faktiske energieffektivisering i høj grad skyldes økonomiske hensyn, og kun i mindre grad skyldes miljøhensyn. Dette segment kan altså hverken karakteriseres som grønt eller økonomisk.

Alt i alt viser ovenstående indsatsanalyse, at der blandt størstedelen af virksomhederne er muligheder for at energieffektivisere endnu mere, da indsatsen blandt to storstedelen af virksomhederne (77 pct.) enten er ikkeksisterende eller meget smal.

Tendensanalyse – forholdet mellem segmenterne og andre variable

I følgende afsnit er der foretaget en analyse på relevante variable i datasættet i forhold til de fremstillede segmenter. Dette gøres af særligt tre årsager.

- 1) Det illustrerer, hvorvidt segmenterne holdninger og handlinger matcher, hvad de ellers har svaret i resten af spørgeskemaet.
- 2) Det er med til at fremhæve nogle tendenser i segmenterne, som kan være med til at forklare virksomhedernes adfærd, og derfor også give en dybere forståelse for de barrierer og udfordringer, som segmenterne oplever.
- 3) Det kan være med til at bidrage med en indsigt i, hvilken slags indsats man kan gøre i arbejdet med at få flere virksomheder til at energieffektivisere.

I det følgende er der, ligesom i forrige dele af rapporten, lavet en særskilt analyse for henholdsvis segmenterne i de små, mellemstore og stor virksomheder og en analyse for mikrovirksomhederne. Dette er gjort for overblikkets skyld samt for at man, i det senere opsamlende afsnit, kan sammenligne forskelle og ligheder mellem de to segmentanalyser.

Tendenser blandt de små, mellemstore og store virksomheder

Når man krydser spm 11: Når du tænker på økonomien i at investere i energieffektivisering i din virksomhed, hvad tænker du så primært på? All interviews No weighting

Spm. 11: 'Når du tænker på økonomien i at investere i energieffektivisering i din virksomhed, hvad tænker du så primært på?' All interviews No weighting	Tendensanalyse blandt de små, mellemstore og store virksomheder										Total							
	Det grønne og økonomiske segment (Segment 1)			Det økonomisk prioriterende segment (Segment 2)			Det potentielle segment (Segment 3)			Det økonomiske segment (Segment 4)								
	n	% (row)	Sig.	n	% (row)	Sig.	n	% (row)	Sig.	n	% (row)	Sig.						
Tilbagebetalingstiden af investeringen	20	30%	-95%	66	55%	42%	+99%	38	35%	24%	-95%	32	62%	21%	+99%	156	45%	100%
Forrentningen af investeringen	15	22%	18%	32	27%	38%		20	19%	24%	-95%	17	33%	20%		84	24%	100%
Finansieringsmuligheder	10	15%	42%	6	5%	25%		8	7%	33%		0	0%	0%		24	7%	100%
Kapitalstørelsen af investeringen	12	18%	26%	14	12%	30%		18	17%	38%		3	6%	6%	-95%	47	14%	100%
Andet:	1	1%	50%	0	0%	0%		1	1%	50%		0	0%	0%		2	1%	100%
Jeg tænker ikke på at investere i energieffektiviseringer	4	6%	25%	0	0%	0%		-95%	12	11%	75%	0	0%	0%		16	5%	100%
Ved ikke	5	7%	28%	2	2%	11%	-95%	11	10%	61%	+95%	0	0%	0%		18	5%	100%
Total	67	100%	19%	120	100%	35%		108	100%	31%		52	100%	15%		347	100%	100%

Fokuserer man først på det potentielle segment, kan man her se, at det er her, hvor størstedelen af virksomheden på tværs af segmenterne svarer 'Jeg tænker ikke på at investere i energieffektiviseringer' eller 'Ved ikke'. Eftersom at det netop er i dette segment, hvor der er virksomheder, som endnu ikke har investeret, falder det naturligt, at størstedelen som ikke har tænkt på det, også placerer sig her. Det bør dog bemærkes, at de kun udgør 11 pct. af det samlede segment, hvilket betyder, at segmentet altså i nogen udstrækning må tænke på at energieffektivisere. Samtidig er det



også 10 pct. af segmentet som svarer 'ved ikke', hvilket kan tolkes som, at en del af virksomhederne i segmentet slet ikke har gjort sig overvejelser om at energieffektivisere – og altså ikke aktivt har fravalgt ikke at tænke på det.

Endvidere kan det bemærkes, at de to segmenter, som i særlig høj grad er motivered og lader sig begrænse af økonomiske forhold, i høj grad primært tænker på tilbagebetalingstiden på investeringen samt forretningen af den.

Afsluttende kan det noteres, at det blandt alle segmenterne er 'Tilbagebetaling af investeringen' som vælges hyppigst som den primære grund, og at der i alle segmenterne er signifikans for nettop denne besvarelse.

I spm 12: 'Hvor lang en tilbagebetalingstid på en investering i energieffektiviseringer i den virksomhed, du arbejder i, er overskuelig?' svarer de fleste af virksomhederne på tværs af segmenterne, at en tilbagebetalingstid på mellem 3-5 år er overskuelig.

Spm. 12: "Hvor lang en tilbagebetalingstid på en investering i energieffektiviseringer i den virksomhed, du arbejder i, er overskuelig?" All interviews No weighting		Tendensanalyse blandt de små, mellemstore og store virksomheder																
		Det grønne og økonomiske segment (Segment 1)			Det økonomisk prioritrende segment (Segment 2)			Det potentielle segment (Segment 3)			Det økonomiske segment (Segment 4) (Segment 4)							
n	% (row)	n	% (row)	n	% (row)	n	% (row)	n	% (row)	n	% (row)	Sig.						
3 år	7	10%	9%	-95%	36	30%	49%	+99%	15	14%	20%	-95%	16	31%	22%	74	21%	100%
4 år	4	6%	13%		15	13%	48%		6	6%	19%	-	6	12%	19%	31	9%	100%
5 år	18	27%	20%		27	23%	30%		31	29%	35%		13	25%	15%	89	26%	100%
Ved ikke	17	25%	33%	+95%	9	8%	18%	-95%	20	19%	39%		5	10%	10%	51	15%	100%
Total	67	100%	19%		120	100%	35%		108	100%	31%		52	100%	15%	347	100%	100%

I ovenstående tabel er kun de relevante kategorier medtaget, hvorfor den samlede total ikke er relevant og derfor gjort mørkegrå

Dog er det her værd at bemærke, at der blandt de to meget økonomiske orienterede segmenter, segment 2 og 4, procentmæssigt er flest, som har svaret 3 år, hvilket tyder på, at der i disse virksomheder er en lavere



tilbagebetalingsvillighed end i de andre segmenter. Derudover svarer 25 pct. i segment 1, det grønne og økonomiske segment, samt 19 pct. i segment 3, det potentielle segment, at de ikke ved hvor lang en tilbagebetalingstid, der er overskuelig, hvilket både kan være et udtryk for, at de ikke har gjort sig nogen videre overvejelser herom, eller at man vurderer den enkelte tilbagebetalingstid på det konkrete energitiltag.

I spm 17: 'Hvem henvender du dig gerne til, når du søger rådgivning om energieffektivisering?' er der en række ting, som bør fremhæves. Først og fremmest søger virksomhederne på tværs af segmenterne primært deres rådgivning hos energiselskaberne og hen næst hos henholdsvis rådgivende ingeniørfirmaer, leverandører og håndværkere.

Spm. 17: 'Hvem henvender du dig gerne til, når du søger rådgivning om energieffektivisering?'	Tendensanalyse blandt de små, mellemstore og store virksomheder														
	Det grønne og økonomiske segment (Segment 1)				Det økonomisk prioriterende segment (Segment 2)				Det potentielle segment (Segment 3)		Det økonomiske segment (Segment 4)				
	n	% (row)	Sign.	n	% (row)	Sign.	n	% (row)	Sign.	n	% (row)	Sign.			
Installatører	21	31%	23%	38	32%	41%	23	21%	25%	10	19%	11%			
Rådgivende ingeniørfirmaer	22	33%	19%	54	45%	47%	+99%	25	23%	-95%	13	25%	11%		
Energiselskaber	32	48%	27%	+95%	48	40%	40%	19	18%	16%	-95%	21	40%	18%	
Leverandører	18	27%	17%	52	43%	48%	+99%	22	20%	20%	-95%	17	33%	16%	
Håndværkere	20	30%	22%	31	26%	35%		28	26%	31%		10	19%	11%	
Branchekonsulenter	18	27%	22%	35	29%	43%	+95%	19	18%	23%	-95%	9	17%	11%	
Brancheforening	8	12%	20%	18	15%	45%		7	6%	18%	-95%	7	13%	18%	
Andre	0	0%	0%	9	8%	53%		7	6%	41%		1	2%	6%	
Ingen	4	6%	14%	7	6%	25%		16	15%	57%	+99%	1	2%	4%	
Total	67	100%	19%	120	100%	35%		108	100%	31%		52	100%	15%	
Svar i alt	143	213%		292	243%			166	154%			89	171%	690	199%



Samtidig er det hos de segmenter, der er meget motiveret af både grønne og økonomiske motiver – segment 1 og 2 – at der søges mest information²⁶ – henholdsvis afgiver segment 2 i gennemsnit 2,4 svar, mens segment 1 afgiver 2,1 svar. Det segment, som angiver færrest svar, er samtidig også det segment, der har den mindste energieffektiviserende indsats, nemlig segment 3. Afsluttende skal det bemærkes, at der i segment 3 er 15 pct. – eller 57 pct. på tværs af alle segmenter – som svarer, at de ikke søger rådgivning hos nogen. Det betyder, at tæt på hver sjette virksomhed i dette segment slet ikke søger informationer omkring energieffektivisering, hvilket muligvis kan være med til at forklare den begrænsede indsats i netop dette segment.

I spm 19: 'Kender du til muligheden for at få støtte fra energiselskaberne til gennemførelse af energiforbedringer?' er der signifikant flere i segment 3, som svarer 'Nej' til, at de kender til mulighederne for at få støtte fra energiselskaberne. Det kan muligvis forklare begrænsede indsats for energieffektivisering i dette segment.

Spm. 19: 'Kender du til muligheden for at få støtte fra energiselskaberne til gennemførelse af energiforbedringer?' All interviews No weighting		Tendensanalyse blandt de små, mellemstore og store virksomheder																
		Det grønne og økonomiske segment (Segment 1)			Det økonomisk prioriterende segment (Segment 2)			Det potentielle segment (Segment 3)			Det økonomiske segment (Segment 4)							
		n	%	(row)	n	%	(row)	sig.	n	%	(row)	sig.	n	%	(row)	sig.		
Ja	36	54%	20%	72	60%	39%	+95%	42	39%	23%	-95%	33	63%	18%	+95%	183	53%	100%
Nej	25	37%	19%	40	33%	30%		54	50%	40%	+99%	16	31%	12%		135	39%	100%
Ved ikke	6	9%	21%	8	7%	28%		12	11%	41%		3	6%	10%		29	8%	100%
Total	67	100%	19%	120	100%	35%		108	100%	31%		52	100%	15%		347	100%	100%

Samtidig kan det observeres, at des mere motiveret af økonomiske motiver segmentet er, des større kendskab er der i segmentet til muligheden for støtte, hvilket kan ses i nedenstående tabel. Det indikerer, at des mere økonomiske motiver, at der er alleflest multiple besvarelser.

²⁶ Her er flest multiple besvarelser. Det er endvidere i segment 2, hvor næsten alle virksomhederne har svaret at både grønne og økonomiske motiver, at der er alleflest multiple besvarelser.



orienteret virksomhederne er, des mere søger de også efter mulighederne for at få økonomisk støtte ifm. deres energieffektiviseringer

Krydstabel "Ja" i spm. 9 til "Økonomiske motiver" og "Ja" i spm. 19 til kendskab om mulighed for støtte fra energiselskaberne	Ja, kender mulighederne for støttet fra energiselskaberne	Ja, er motiveret af økonomiske motiver
n	%	%
Det grønne og økonomiske segment (Segment 1)	36	54%
Det økonomisk prioriterende segment (Segment 2)	72	60%
Det potentielle segment (Segment 3)	42	39%
Det økonomiske segment (Segment 4)	33	63%
		100%

I spm 20: 'Har virksomheden modtaget rådgivning om energieffektiviseringer fra et energiselskab?', er der, ikke overraskende, i segment 3 langt færre, som har modtaget rådgivning.

Spm. 20: 'Har virksomheden modtaget rådgivning om energieffektiviseringer fra et energiselskab?' All interviews No weighting										Tendensanalyse blandt de små, mellemstore og store virksomheder								
Det grønne og økonomiske segment (Segment 1)				Det økonomisk prioriterende segment (Segment 2)				Det potentielle segment (Segment 3)				Det økonomiske segment (Segment 4)				Total		
n	%	(row)	sig.	n	%	(row)	sig.	n	%	(row)	sig.	n	%	(row)	sig.			
Ja	21	58%	23%	41	57%	46%	+	12	29%	13%	-95%	16	48%	18%		90	49%	100%
Nej	12	33%	17%	21	29%	29%	-	23	55%	32%	+95%	16	48%	22%		72	39%	100%
Ved ikke	3	8%	14%	10	14%	48%		7	17%	33%		1	3%	5%		21	11%	100%
Total	36	100%	20%	72	100%	39%		42	100%	23%		33	100%	18%		183	100%	100%

Ud fra tabellen kan man derfor uddeltes to forskellige tolknninger, nemlig 1) Virksomheder, som modtager rådgivning, vil med langt større sandsynlighed også energieffektivisere eller 2) De virksomheder, som modtager rådgivning, er i første omgang de virksomheder, som på forhånd ønsker at energieffektivisere.

Bevæger man sig nu videre til segmenternes værdier omkring energieffektivisering, er der i alle fem værdispørgsmål (spm 27-31) en række vigtige observationer, når segmenterne angiver, hvor enige eller uenige de er i de tilknyttede udsagn.

I spm 27: '*Energieffektivisering er et vigtigt indsatssområde i min virksomhed*' er der en klar tendens til, at segmenterne med grønne profiler, segment 1 og 2, i langt højere grad tilkendegiver, at de er helt enige eller enige i det udsagn.

		Tendensanalyse blandt de små, mellemstore og store virksomheder																
		Det grønne og økonomiske segment (Segment 1)		Det økonomisk prioritrende segment (Segment 2)		Det potentielle segment (Segment 3)		Det økonomiske segment (Segment 4)		Total								
		n	% (row)	n	% (row)	n	% (row)	n	% (row)	n	% (row)							
Helt enig/enig	54	81%	25%	+99%	90	75%	41%	+99%	46	43%	21%	-95%	29	56%	13%	219	63%	100%
Hverken eller	10	15%	12%	-95%	24	20%	28%		34	31%	40%		17	33%	20%	85	24%	100%
Helt uenig/uenig	2	3%	5%	-95%	6	5%	15%	-95%	25	23%	64%	+99%	6	12%	15%	39	11%	100%
Ved ikke	1	1%	25%		0	0%	0%		3	3%	75%		0	0%	0%	4	1%	100%
Total	67	100%	19%		120	100%	35%		108	100%	31%		52	100%	15%	347	100%	100%

Antallet af helt enige eller enige er således lavest i det tredje segment, som endnu ikke har energieffektiviseret og derfor – må man antage – heller ikke har gjort en indsats for det. Hernæst ses energieffektivisering heller ikke i lige så høj grad som et vigtigt indsatssområde i segment 4, hvor virksomhederne i langt mindre grad går op i miljøet sammenlignet med segment 1 og 2.

I spm 28: 'Det er vigtigt for min virksomheds image, at vi bliver opfattet som grønne/energibevidste' ses samme tendens, nemlig at segment 1 og 2 i langt højere grad går op i at blive opfattet som grønne, mens de to resterende segmenter i langt mindre grad ser det som vigtigt, at virksomheden image er grønt.

Spm. 28: 'Det er vigtigt for min virksomheds image, at vi bliver opfattet som grønne/energibevidste' All interviews No weighting	Tendensanalyse blandt de små, mellemstore og store virksomheder										Total	
	Det grønne og økonomiske segment (Segment 1)					Det økonomisk prioritrende segment (Segment 2)						
	Det grønne og økonomiske segment (Segment 1)		Det økonomisk prioritrende segment (Segment 2)			Det potentielle segment (Segment 3)		Det økonomiske segment (Segment 4)				
	n	% (row)	sig.	n	% (row)	sig.	n	% (row)	sig.	n	% (row)	
Helt enig/enig	52	78%	27%	+99%	82	68%	42%	+99%	41	38%	21%	
Hverken eller	13	19%	12%	-95%	31	26%	30%		40	37%	38%	
Helt uenig/uenig	2	3%	5%	-95%	7	6%	16%	-95%	23	21%	53%	
Ved ikke	0	0%	0%		0	0%	0%		4	4%	100%	
Total	67	100%	19%		120	100%	35%		108	100%	31%	
									52	100%	15%	
									347	100%	100%	

Igen i spm 29: 'Man bør energieffektivisere, fordi det er socialt ansvarligt' ses den samme tendens. De grønne segmenter mener i langt højere grad, at det er vigtigt at energieffektivisere, mens segment 3, som primært ikke har energieffektiviseret, og segment 4, som tilsyneladende alene energieffektiviserer på en økonomisk baggrund, ikke finder det lige så vigtigt.

Spm. 29: 'Man bør energieffektivisere, fordi det er socialt ansvarligt'		Tendensanalyse blandt de små, mellemstore og store virksomheder																	
		Det grønne og økonomiske segment (Segment 1)				Det økonomisk prioritrende segment (Segment 2)				Det potentielle segment (Segment 3)				Det økonomiske segment (Segment 4)				Total	
n	% (row)	n	% (row)	n	% (row)	n	% (row)	n	% (row)	n	% (row)	n	% (row)	n	% (row)	n	%	Sig.	
Helt enig/enig	54	81%	25%	+99%	88	73%	41%	+99%	48	44%	22%	-95%	26	50%	12%	-95%	216	62%	100%
Hverken eller	10	15%	11%	-95%	28	23%	30%		37	34%	40%	+95%	17	33%	18%		92	27%	100%
Helt uenig/uenig	1	1%	3%	-95%	3	3%	10%	-95%	19	18%	61%	+99%	8	15%	26%		31	9%	100%
Ved ikke	2	3%	25%		1	1%	13%		4	4%	50%		1	2%	13%		8	2%	100%
Total	67	100%	19%		120	100%	35%		108	100%	31%		52	100%	15%		347	100%	100%

Bevæger man sig nu videre til næste udsagn i spm. 30: 'Vi vil kun gennemføre energibesparende aktiviteter, hvis det kan betale sig økonomisk' understøtter besvarelserne her den tidlige identificerede tendens. Som det fremgår af tabellen nedenunder svarer det meget økonomiske segment, segment 4, at de i vid udstrækning kun vil energibespare, såfremt der er en økonomisk gevinst ved det, mens det "mindst økonomisk" segment, segment 1, også er det segment, hvor man er mindst enig i udsagnet.

Spm. 30: 'Vi vil kun gennemføre energibesparende aktiviteter, hvis det kan betale sig økonomisk'										Tendensanalyse blandt de små, mellemstore og store virksomheder														
All interviews No weighting					Det grønne og økonomiske segment (Segment 1)					Det økonomisk prioriterende segment (Segment 2)					Det potentielle segment (Segment 3)					Det økonomiske segment (Segment 4)				
	n	% (row)	sig.	n	% (row)	sig.	n	% (row)	sig.	n	% (row)	sig.	n	% (row)	sig.	n	% (row)	sig.	n	% (row)	sig.			
Helt enig/enig	30	45%	14%	-95%	73	61%	34%	67	62%	31%	43	83%	20%	+99%	213	61%	100%							
Hverken eller	23	34%	26%		33	28%	38%	24	22%	28%	7	13%	8%	-95%	87	25%	100%							
Helt uenig/uenig	13	19%	32%		13	11%	32%	13	12%	32%	2	4%	5%	-95%	41	12%	100%							
Ved ikke	1	1%	17%		1	1%	17%	4	4%	67%	0	0%	0%		6	2%	100%							
Total	67	100%	19%		120	100%	35%	108	100%	31%	52	100%	15%		347	100%	100%							

Afsluttende kan det også bemærkes i spm 31: *'Min virksomhed har oplevet interesse eller pres fra ejere eller investorer for at få en mere grøn profil'*, at det er blandt de segmenter, hvor alle virksomhederne har energieffektiviseret, at man også har oplevet det største pres fra ejere og investorer – og det er i segment 3, som har oplevet mindst interesse eller pres fra ejere eller investorer for at energieffektivere, hvor der er gjort den mindste indsats.

Spm. 31: 'Min virksomhed har oplevet interesse eller pres fra ejere eller investorer for at få en mere grøn profil'										Tendensanalyse blandt de små, mellemstore og store virksomheder						Total				
All interviews No weighting					Det grønne og økonomiske segment (Segment 1)					Det økonomisk prioriterende segment (Segment 2)					Det potentielle segment (Segment 3)			Det økonomiske segment (Segment 4)		
	n	% (row)	% (row)	Sig.	n	% (row)	% (row)	Sig.	n	% (row)	% (row)	Sig.	n	% (row)	% (row)	Sig.	n	% (row)	% (row)	Sig.
Helt enig / enig	21	31%	31%	+95%	23	19%	34%		14	13%	21%	-95%	9	17%	13%		67	19%	100%	
Hverken eller	16	24%	18%		39	33%	45%	+95%	23	21%	26%		9	17%	10%		87	25%	100%	
Helt uenig / uenig	25	37%	15%	-	50	42%	30%		59	55%	36%		30	58%	18%		164	47%	100%	
Ved ikke	5	7%	17%		8	7%	28%		12	11%	41%		4	8%	14%		29	8%	100%	
Total	67	100%	19%		120	100%	35%		108	100%	31%		52	100%	15%		347	100%	100%	

Tendenser blandt mikrovirksomhederne

I spm 11: 'Når du tænker på økonomien i at investere i energieffektiviseringer i din virksomhed, primært på?' er det værd at bemærke, at det er i mikrosegment 1, det potentielle segment, at størstedelen af virksomhederne, som har svaret 'Jeg tænker ikke på at investere i energieffektiviseringer' og 'Ved ikke', befinner sig. Dette tegner et billede af, at virksomhederne i dette segment ikke – enten bevidst eller ubevist – har gjort sig nogen overvejelser omkring at energieffektivisere.

		Tendensanalyse blandt mikrovirksomhederne																		
		Det potentielle segment (Mikrosegment 1)			Det økonomiske og grønne segment (Mikrosegment 2)			Det inkonsistente segment (Mikrosegment 3)		Det økonomiske segment (Mikrosegment 4)										
		n	% (row)	Sig.	n	% (row)	Sig.	n	% (row)	n	% (row)	Sig.								
Tilbagebetalingstiden af investeringen		43	23%	24%	-95%	59	45%	33%	+95%	32	45%	18%	+95%	46	40%	26%	180	36%	100%	
Forrentningen af investeringen		36	20%	32%		35	27%	31%		14	20%	12%		29	25%	25%	114	23%	100%	
Finansieringsmuligheder		18	10%	37%		9	7%	18%		8	11%	16%		14	12%	29%	49	10%	100%	
Kapitalstørrelsen af investeringen		17	9%	33%		14	11%	27%		8	11%	16%		12	10%	24%	51	10%	100%	
Andet:		7	4%	39%		3	2%	17%		5	7%	28%		3	3%	17%	18	4%	100%	
Jeg tænker ikke på at investere i energieffektiviseringer		41	22%	71%	+99%	8	6%	14%	-95%	3	4%	5%	-95%	6	5%	10%	-95%	58	12%	100%
Ved ikke		22	12%	69%	+99%	3	2%	9%	-95%	1	1%	3%		6	5%	19%	32	6%	100%	
Total		184	100%	37%		131	100%	26%		71	100%	14%		116	100%	23%	502	100%	100%	

Fokuserer man på spm 12: 'Hvor lang en tilbagebetalingstid på en investering i energieffektiviseringer i den virksomhed,



du arbejder i, er overskuelig' er det gennemgående for alle virksomhederne, at der hyppigt er en tilbagebetalingssvillighed på 5 år. Man skal dog være opmærksom på, at der i segment 1 er en stor procentdel af virksomhederne, som svarer 'Investerer ikke i energieffektiviseringer' og 'Ved ikke', hvilket igen understøtter hypotesen om, at en fortinnsvis stor del af segmentet ikke gør sig overvejelser om at energieffektivisere.

Spm. 12: 'Hvor lang en tilbagebetalingstid på en investering i energieffektiviseringer i den virksomhed, du arbejder i, er overskuelig?' All interviews No weighting										Tendensanalyse blandt mikrovirksomhederne						Det økonomiske segment (Mikrosegment 4)			Total
Det potentielle segment (Mikrosegment 1)					Det økonomiske og grønne segment (Mikrosegment 2)					Det inkonsistente segment (Mikrosegment 3)					Det økonomiske segment (Mikrosegment 4)			Total	
n	%	(row)	%	Sig.	n	%	(row)	Sig.	n	%	(row)	Sig.	n	%	(row)	Sig.	%	Total	
2 år	19	10%	36%		13	10%	25%		8	11%	15%		13	11%	25%		53	11% 100%	
3 år	23	13%	32%		21	16%	29%		9	13%	12%		20	17%	27%		73	15% 100%	
4 år	8	4%	36%		6	5%	27%		5	7%	23%		3	3%	14%		22	4% 100%	
5 år	38	21%	27%	-95%	46	35%	33%	+95%	17	24%	12%		39	34%	28%		140	28% 100%	
Investerer ikke i energieffektiviseringer	36	20%	77%	+99%	4	3%	9%	-95%	3	4%	6%	-95%	4	3%	9%	-95%	47	9% 100%	
Ved ikke	26	14%	49%	+95%	8	6%	15%	-95%	8	11%	15%		11	9%	21%		53	11% 100%	
Total	184	100%	37%		131	100%	26%		71	100%	14%		116	100%	23%		502	100% 100%	

I ovenstående tabel er kun de relevante kategorier medtaget, hvorfor den samlede total ikke er relevant og derfor gjort mørkegrå

I spm 17: 'Hjem henvender du dig gerne til, når du søger rådgivning om energieffektivisering?', fremgår det, at virksomhederne primært søger råd fra håndværkere, energiselskaber, leverandører og installatører.



Spm. 17: 'Hvem henvender du dig gerne til, når du søger rådgivning om energieffektivisering?' All interviews No weighting	Tendensanalyse blandt mikrovirksomhederne										Total								
	Det potentielle segment (Mikrosegment 1)			Det økonomiske og grønne segment (Mikrosegment 2)			Det inkonsistente segment (Mikrosegment 3)			Det økonomiske segment (Mikrosegment 4)									
	n	% (row)	Sig.	n	% (row)	Sig.	n	% (row)	Sig.	n	% (row)	Sig.							
Installatører	40	22%	29%	-95%	40	31%	29%	26	37%	19%	+95%	33	28%	24%	139	28%	100%		
Rådgivende ingeniørfirmaer	8	4%	14%	-95%	21	16%	38%	+95%	9	13%	16%	18	16%	32%	56	11%	100%		
Energiselskaber	35	19%	25%	-95%	47	36%	34%	+95%	23	32%	16%	35	30%	25%	140	28%	100%		
Leverandører	30	16%	21%	-95%	53	40%	37%	+99%	26	37%	18%	35	30%	24%	144	29%	100%		
Håndværkere	46	25%	28%	-95%	44	34%	27%	32	45%	19%	+95%	43	37%	26%	165	33%	100%		
Branbekonsulenter	13	7%	19%	-95%	23	18%	34%	14	20%	21%	17	15%	25%	67	13%	100%			
Brancheforening	7	4%	24%		11	8%	38%	4	6%	14%		7	6%	24%	29	6%	100%		
Andre	4	2%	21%		8	6%	42%	3	4%	16%		4	3%	21%	19	4%	100%		
Ingen	67	36%	71%	+99%	11	8%	12%	-95%	4	6%	4%	-95%	12	10%	13%	-95%	94	19%	100%
Total	18	100%	37%		4	131	100%	26%	71	100%	14%		116	100%	23%	502	100%	100%	
Svar i alt					250	136%	258	197%	141	199%	204	176%	853	170%					

Samtidig kan det observeres, at der, ligesom i forrige tendensanalyse, søges langt mindre rådgivning blandt virksomhederne i det potentielle segment. Her er det samtidig også mere end hver tredje virksomhed, som slet ikke søger rådgivning hos nogen.

I spm. 19: 'Kender du til muligheden for at få støtte fra energiselskaberne til gennemførelse af energiforbedringer?' er der færre i mikrosegment 1, som kender til muligheden for få støtte til at gennemføre energiforbedringer. Samtidig er det også i dette segment, at færrest af virksomhederne har modtaget rådgivning, hvis man ser på besvarelserne i spm.

20.

Spm. 19: 'Kender du til muligheden for at få støtte fra energiselskaberne til energiforbedringer?'
All interviews
No weighting

Tendensanalyse blandt mikrovirksomhederne													Total				
Det potentielle segment (Mikrosegment 1)			Det økonomiske og grønne segment (Mikrosegment 2)			Det inkonsistente segment (Mikrosegment 3)			Det økonomiske segment (Mikrosegment 4)								
n	% (row)	Sign.	n	% (row)	Sign.	n	% (row)	Sign.	n	% (row)	Sign.						
Ja	59	32%	30%	-95%	60	46%	30%		29	41%	15%	51	44%	26%	199	40%	100%
Nej	99	54%	40%		58	44%	23%		36	51%	14%	56	48%	22%	249	50%	100%
Ved ikke	26	14%	48%		13	10%	24%		6	8%	11%	9	8%	17%	54	11%	100%
Total	184	100%			13	100%	26%		71	100%	14%	116	100%	23%	502	100%	100%

Koncentrerer man sig om mikrosegmenternes værdier afslører en analyse af disse en række interessante ting²⁷.

Spm. 27: 'Energieffektivisering er et vigtigt indsatsområde i min virksomhed'
All interviews
No weighting

Tendensanalyse blandt mikrovirksomhederne																		
Det potentielle segment (Mikrosegment 1)			Det økonomiske og grønne segment (Mikrosegment 2)			Det inkonsistente segment (Mikrosegment 3)			Det økonomiske segment (Mikrosegment 4)									
n	% (row)	Sign.	n	% (row)	Sign.	n	% (row)	Sign.	n	% (row)	Sign.							
Helt enig/enig	43	23%	19%	-95%	78	60%	34%	+99%	39	55%	17%	68	59%	30%	+99%	228	45%	100%
Hverken eller	53	29%	38%		31	24%	22%		20	28%	14%	34	29%	25%		138	27%	100%
Helt uenig/uenig	68	37%	61%	+99%	20	15%	18%	-95%	11	15%	10%	12	10%	11%	-95%	111	22%	100%

²⁷ Værdispørgsmålet 31: 'Min virksomhed har oplevet interesse eller press fra ejere eller investorer for at få en mere grøn profil' fremhæves ikke, da der her ikke er nogle relevante observationer.



MEGAFON

Ved ikke	20	11%	80%	+99%	2	2%	8%	-95%	1	1%	4%	2	2%	8%	-95%	25	5%	100%
Total	184	100%	37%		131	100%	26%		71	100%	14%	116	100%	23%		502	100%	100%

Som det fremgår ovenover i spm. 27: '*Energieffektivisering er et vigtigt indsatsområde i min virksomhed*' ser man i langt mindre grad energieffektivisering som et vigtigt indsatsområde i mikrosegment 1, hvilket kan være med til at forklare, hvorfor så få i netop dette segment rent faktisk har foretaget energibesparende tiltag. Samtidig bemærkes det, at segmentet med den grønneste profil blandt de fire, mikrosegment 2, også er det segment, der i de fleste tilfælde tilkendegiver sig helt enig eller enig i udsagnet. Afsluttende er det igen i segment 1, hvor det største antal ikke synes at have taget stilling til om energieffektivisering er et vigtig område, idet de svarer 'ved ikke'.

I spm 28: '*Det er vigtigt for min virksomheds image, at vi bliver opfattet som grønne/energibevidste*' kan samme tendens spores, nemlig at man i langt højere grad i segment 2 finder det vigtigt, at virksomheden er opfattet som grøn og energibevist, mens man i mikrosegment 1 i langt mindre grad ser det som en vigtig del af imageet. Samtidig kan man undre sig over, hvorfor der er 35 pct. i mikrosegment 4, der svarer, at de er helt enig eller enig i udsagnet, da ingen af virksomhederne svarede, at de kunne motiveres af grønne motiver. Imidlertid var det omrent hver tredje virksomhed i segmentet, som svarede at deres energitiltag bl.a. primært skyldtes miljøhensyn, hvilket kan være med til at forklare, hvorfor en tredjedel af segmentet, trods en manglende 'grøn' motivationsfaktor, stadig opfatter dét at blive opfattet som grøn og energibevist som en vigtig del af virksomhedens image.

Tendensanalyse blandt mikrovirksomhederne																		
Spm. 28: 'Det er vigtigt for min virksomheds image, at vi bliver opfattet som grønne/energibevidste'	Det potentielle segment (Mikrosegment 1)			Det økonomiske og grønne segment (Mikrosegment 2)			Det inkonsistente segment (Mikrosegment 3)			Det økonomiske segment (Mikrosegment 4)								
	n	% (row)	sig.	n	% (row)	sig.	n	% (row)	sig.									
	n	% (row)	sig.	n	% (row)	sig.	n	% (row)	sig.									
Helt enig/enig	32	17%	-95%	56	43%	37%	+99%	21	30%	14%	41	35%	27%	150	30%	100%		
Hverken eller	61	33%	34%	40	31%	22%		27	38%	15%	51	44%	28%	+95%	179	36%	100%	
Helt uenig/uenig	72	39%	50%	+99%	33	25%	23%	19	27%	13%	19	16%	13%	-95%	143	28%	100%	
Ved ikke	19	10%	63%	+99%	2	2%	7%	-95%	4	6%	13%	5	4%	17%		30	6%	100%
Total	184	100%	37%		131	100%	26%		71	100%	14%	116	100%	23%		502	100%	100%



I spm. 29: "Man bør energieffektivisere, fordi det er socialt ansvarligt" kan det aflæses, at det er det potentielle segment som i mindst udstrækning ser det som en vigtig opgave at energieffektivere. Samtidig er det også blandt virksomhederne i dette segment, at flest har svaret 'Ved ikke', hvilket støtter op om hypotesen omkring, at virksomhederne i mikrosegment 1 i nogen udstrækning slet ikke har overvejet at energieffektivisere.

Tendensanalyse blandt mikrovirksomhederne																	
Spm. 29: 'Man bør energieffektivisere, fordi det er socialt ansvarligt?'				Det økonomiske og grønne segment (Mikrosegment 2)				Det inkonsistente segment (Mikrosegment 3)		Det økonomiske segment (Mikrosegment 4)							
n	% (row)	%	Sig.	n	% (row)	%	Sig.	n	% (row)	n	% (row)						
Helt enig/enig	76	41%	29%	-95%	69	53%	26%	41	58%	16%	75	65%	29%	+99%	261	52%	100%
Hverken eller	55	30%	41%		39	30%	29%	15	21%	11%	24	21%	18%		133	26%	100%
Helt uenig/uenig	34	18%	41%		19	15%	23%	13	18%	16%	16	14%	20%		82	16%	100%
Ved ikke	19	10%	73%	+99%	4	3%	15%	2	3%	8%	1	1%	4%	-95%	26	5%	100%
Total	184	100%	37%		131	100%	26%	71	100%	14%	116	100%	23%		502	100%	100%

Afsluttende kan man i spm. 30: 'Vi vil kun gennemføre energibesparende aktiviteter, hvis det kan betale sig økonomisk' observere, at alle fire mikrosegmenter er meget imod at energieffektivere, såfremt det ikke kan betale sig økonomisk. Det understreger, at de økonomiske forhold har stor betydning for alle segmenterne.

Dog kan det påpeges, at det i mikrosegment 1, det potentielle segment, er hver tiende virksomhed – og på tværs af segmenterne 83 pct. – som svarer 'ved ikke', hvilket deraf igen støtter op om hypotesen om, at en del af virksomhederne i dette segment slet ikke har taget holdning til eller overvejet spørgsmålet om at energieffektivisere.

Spm. 30: 'Vi vil kun gennemføre energibesparende aktiviteter, hvis det kan betale sig'
 Økonomisk
 All interviews
 No weighting

Tendensanalyse blandt mikrovirkshederne

	Tendensanalyse blandt mikrovirkshederne										Total							
	Det potentielle segment (Mikrosegment 1)				Det økonomiske og grønne segment (Mikrosegment 2)				Det inkonsistente segment (Mikrosegment 3)		Det økonomiske segment (Mikrosegment 4)							
	n	% (row)	% Sig.	n	% (row)	% Sig.	n	% (row)	% Sig.	n	% (row)	% Sig.						
Helt enig/enig	119	65%	36%	88	67%	26%	48	68%	14%	78	67%	23%						
Hverken eller	37	20%	35%	34	26%	32%	11	15%	10%	23	20%	22%						
Helt uenig/uenig	9	5%	22%	-95%	8	6%	20%	11	15%	27%	+	13	11%	32%	41	8%	100%	
Ved ikke	19	10%	83%	+99%	1	1%	4%	-	1	1%	4%	2	2%	9%	-	23	5%	100%
Total	184	100%	37%	131	100%	26%	71	100%	14%	116	100%	23%	502	100%	100%			

Sammenfatning

I analysen af de to datasæt, henholdsvis ét med små, mellemstore og store virksomheder og ét med mikrovirksomheder, fremgår det, at der overordnet set bliver energieffektiviseret ude iblandt virksomhederne. Blandt de små, mellemstore og store virksomheder er det kun 65 ud af 347 (19 pct.) som endnu ikke har foretaget nogen energibesparende tiltag, mens de blandt mikrovirksomhederne er 164 ud af 502 (33 pct.), som endnu ikke har gjort noget. Analysen afslører imidlertid, at indsatsen blandt de mange virksomheder godt kunne være større. Blandt de 282 små, mellemstore og store virksomheder som har foretaget energieffektiviseringer har 110 af virksomhederne (39 pct.) kun ydet en smal indsats, mens det blandt de 338 mikrovirksomheder som har energieffektiviseret er to tredjedele (66 pct.), som kun har foretaget en smal indsats. Det betyder, at der stadig er mulighed for, at få mange flere virksomheder til enten at begynde at gøre en energiindsats eller øge den indsats, de allerede gør.

I det følgende afsnit vil først de små, mellemstore og store virksomheders værdier og oplevede barrierer blive gennemgået, og herefter vil samme øvelse blive foretaget med mikrovirksomhederne. Afsluttende vil der være en samlet opsamling, hvor der kort diskutes forskelle og ligheder mellem de små, mellemstore og store virksomheder og mikrovirksomhederne.

Opsamling: Små, mellemstore og store virksomheder

Segmentanalysen og den efterfølgende tendensanalyse har vist, at mange af virksomhederne i dette datasæt har grønne holdninger. Både i segment 1, 2 og 3 finder man således virksomheder, som lader sig motivere til energieffektivisering pga. grønne motiver. Særligt i segment 1 og 2, hvor størstedelen af virksomhederne har grønne holdninger, men også i segment 3, hvor mere end halvdelen af virksomheder kan motiveres at grønne motiver, selvom virksomhederne her ikke i samme udstrækning som segment 1 og 2 handler på de holdninger.

Samlet set er der på tværs af segmenterne 227 ud af de 347 virksomheder (65 pct.), som motiveres af grønne motiver. Men det er dog stadig økonomien, der overordnet set er den største motivationsfaktor – 281 af virksomhederne (81 pct.) svarer, at de motiveres af økonomiske motiver.

Samme tendens gør sig gældende alene blandt de virksomheder som inden for de seneste fem år har energieffektiviseret. Her svarer 109 af 282 af de energieffektiviserende virksomheder (39 pct.), at tiltagene primært skyldes et miljøhensyn, mens næsten dobbelt så mange (71 pct.) har økonomisk rentabilitet som primær årsag. Overordnet set gør det sig altså gældende, at energitiltagene skal

kunne betale sig, hvis virksomhederne skal energieffektivisere.

I forhold til de barrierer som de små, mellemstore og store virksomheder oplever, spørges virksomhederne i undersøgelsen mere direkte, i spm. 9, hvad der kan afholde dem fra at investere. Her svarer 204 af virksomhederne (59 pct.), at økonomi kan afholde dem fra at investere, mens 51 af virksomhederne (15 pct.) svarer, at manglende viden kan afholde dem.

Mere indirekte viser analysen – gennem segmentanalysen og tendensanalysen – at økonomien spiller en meget vigtig rolle ift. virksomhedernes energiadfærd. På tværs af alle segmenterne er de økonomiske forhold det vigtigste for virksomheden, og tendensanalysen bekræfter samme konklusion som foretaget alene ved segmentanalysen. Blot som eksempel er det vigtigste for virksomhederne i spm 11 tilbagebetalingstiden af investeringen samt forrentningen af den, mens virksomhederne i spm 30 overordnet set – på tværs af alle segmenterne – er helt enige eller enige i, at de energibesparende aktiviteter kun bliver gennemført, hvis det kan betale sig økonomisk. Dog er virksomhederne i segmenterne med en grøn profil, segment 1 og 2, mindre tilbøjelige til at erklære sig helt enige eller enig i udsagnet end segment 4, som er et meget økonomisk segment. Dette leder videre til næste tendens afdækket gennem analysen. Der viser sig nemlig gennem indsatsanalysen en klar tilbøjelighed til, at virksomhederne med grønne værdier i større udstrækning også gør en bredere indsats ift. energieffektivisering end virksomheder, der primært kun har økonomiske værdier.

Afsluttende viser en analyse på brancherne ikke umiddelbart nogle klare og entydige tendenser. Men det kan dog noteres at blandt de brancher, hvor der gøres den bredeste indsats for energieffektivisering, henholdsvis *Industri, råstofindvinding og forsyningsvirksomhed* og *Handel og transport*, er størstedelen af virksomhederne i segment 2. Til trods for, at dette segment er meget økonomisk prioriterende, så var det det segment, der havde flest virksomheder, som var motiveret af grønne motiver (96 pct.). Blandt de brancher som umiddelbart har gjort den mindste indsats – henholdsvis *Erhvervsservice, Finansiering og forsikring* samt *Ejendomshandel og udlejning* – har alle en stor del af deres virksomheder placeret i segment 3²⁸. Dette indikerer, at disse brancher pt. ikke gør særlig meget for at energieffektivisere, men samtidig tilkendegiver, at de kunne motiveres af grønne motiver, hvilket i segment 2 (og 1) synes at have indvirkning på den energibesparende indsats.

²⁸ Brancherne *Erhvervsservice* og *Finansiering og forsikring* har størstedelen af deres virksomheder placeret her, mens *Ejendomshandel* og *udlejning* har næstflest af deres virksomheder her.

Opsamling: Mikrovirksomheder

Analyserne blandt disse virksomheder har ikke vist lige så entydige tendenser, som analyserne af de små, mellemstore og store virksomheder. Der kan alligevel stadig udledes en række ting fra analyserne.

Som det første har analyserne vist, at kun ét af segmenterne kan karakteriseres som have en direkte grøn profil, mens alle segmenterne er meget styret af økonomiske forhold.

Dert er imidlertid stadig 254 af de 502 mikrovirksomheder (51 pct.), som motiveres af grønne motiver, mens hele 368 (73 pct.) har økonomi som den største motivationsfaktor. Disse holdninger kommer også til udtryk blandt de energieffektiviserende virksomheder, hvor 223 af de 338 virksomheder (66 pct.) har økonomisk rentabilitet som primær årsag til deres energieffektivisering, mens halvt så mange, 108 ud af 338 (32 pct.) har miljøhensyn som primær årsag. Der er således klart, at økonomien er afgørende ift. mikrovirksomhedernes energiadfærd.

Blandt mikrovirksomhederne svarer 386 (73 pct.), at økonomiske forhold kunne afholde dem fra at investere, mens 65 ud af de 502 (13 pct.) svarer, at manglende viden kunne afholde dem fra energieffektivisere, hvilket understreger, at økonomien i høj grad opleves som en barriere for mikrovirksomhederne, mens manglende viden ikke synes at have en afgørende betydning.

Det samme billede gør sig gældende i analysen af mikrovirksomhedernes overordnede energiadfærd. Både i segmentanalysen og tendensanalysen ses det tydeligt, at økonomien spiller har en overskyggende betydning for virksomhedernes energiadfærd – både ift. hvad der motiverer dem, afholder dem og hvad deres energieffektiviseringer skyldes. I spm 11 er det vigtigste for virksomhederne tilbagebetalingstiden af investeringen samt forrentningen af den. Og i spm 30 er det mere end fire ud af fem af virksomhederne i alle mikrosegmenterne, som er helt enige eller enige i, at de energibesparende aktiviteter kun bliver gennemført, hvis det kan betale sig økonomisk.

Fælles afrunding

Samlet set har analyserne af de små, mellemstore og store virksomheder samt mikrovirksomhederne afsløret en række forskellige barrierer, men også muligheder og potentialer gemt i de forskellige segmenter. Overordnet bliver der blandt de danske virksomheder gjort en indsats for at energieffektivisere – blandt de små, mellemstore og store virksomheder er det fire ud af fem af virksomhederne (81 pct.) som foretager energieffektiviseringer, mens to tredjedele (67 pct.) blandt mikrovirksomhederne gør en indsats. Samtidig viser analyserne også, at det primært er blandt de små og mindre mellemstore virksomheder i analysen af de små, mellemstore og store virksomheder, at energiindsatsen er mindst. Dette tegner et tydeligt billede af, at størrelsen betyder noget – særligt hvis man også sammenholder dette med mikrovirksomhedens indsats. Des mindre virksomheden er, des mindre er sandsynlighed for, at der foretages energieffektiviseringer.

På trods af at mange virksomheder gør en indsats for at energieffektivisere, viser indsatsanalysen imidlertid, at der blandt en stor del af virksomhederne – i begge datasæt – kun bliver ydet en smal indsats. For de små, mellemstore og store virksomheder er det omkring hver tredje virksomhed (32 pct.), som foretager en smal indsats, mens det for mikrovirksomhederne er tættere på hver anden (44 pct.).

Sammenligner man de to datasæts værdier og motivationsfaktorer, er virksomhederne blandt de små, mellemstore og store og mikrovirksomhederne ikke så langt fra hinanden. For de små, mellemstore og store virksomheder er det henholdsvis 65 pct., som motiveres af grønne motiver, mens 81 pct. motiveres af økonomiske motiver, hvor det for mikrovirksomhederne er 51 pct., som motiveres af grønne motiver, mens 73 pct. motiveres af økonomi. Hvor de to datasæt skiller sig ud er, hvorvidt motivationen så fører til, at der bliver foretaget energibesparende tiltag. Her er det i højere grad blandt de små, mellemstore og store virksomheder, at holdningerne også fører til handling. Man må imidlertid – særlig taget i betragtning af økonomiens betydning i alle otte segmenter – antage, at det kan skyldes, at de større virksomheder har en større kapital, og derfor oplever det som mindre udfordrende at finde midlerne til at energieffektivisere, mens de mindre virksomheder (mikrovirksomhederne, de små og mindre mellemstore virksomheder) i større udstrækning holdes tilbage af økonomiske grunde.