

Notat

Energibesparelser i mindre SMV – ideer til mulige tilgange

Indledning

Energiforbruget i de små- og mellemstore virksomheder (SMV) er ikke blevet kortlagt, men det skønnes, at de står for mere end 50% af det samlede energiforbrug i erhvervslivet (industrien bruger 47,4 % af det samlede forbrug, mens landbrug og fiskeri bruger 18,5 % og privat handel og service bruger 34,1 %¹). Det er således vigtigt at fokusere på at få nedbragt energiforbruget hos disse mange SMV, men der skal andre og nye greb til for at få dem til at interessere sig for deres energiforbrug.

Små og mellemstore virksomheders energiforbrug og omkostningerne hertil er nemlig forholdsvis lave i forhold til andre omkostninger i den enkelte virksomhed.

Det betyder bl.a., at der ikke er opmærksomhed på at spare på energien i den enkelte virksomhed, og der er begrænset plads (såvel privatøkonomisk som samfundsøkonomisk) til, at der udføres egentlig rådgivning. Særligt er det nødvendigt at begrænse virksomhedernes udgifter og tid i forbindelse med identifikation og gennemførelse af energibesparelser i de mindste SMV.

Dette notat er derfor tænkt som inspiration for kommuner, brancheforeninger, lokale erhvervsforeninger, energiselskaber, håndværkere, Energistyrelsen m.fl., som overvejer at lave en energispareindsats for SMV. Notatet kan også bruges som værktøj til dem, der skal finde den rigtige indsats, organiseringen af indsatsen eller samarbejdspart.

Beskrivelse af SMV-segmentet

Små og Mellemstore Virksomheder segmentet består af meget forskelligartede virksomheder spændende fra den lille butik til en fremstillingsvirksomhed på op til 250 ansatte. På baggrund af denne store forskellighed har EU kommissionen opdelt segmentet yderligere i mikrovirksomheder, små virksomheder og mellemstore virksomheder.

¹ Kilde: Kortlægning af energiforbrug i virksomheder, Energistyrelsen, januar 2015



EU definerer SMV'erne i de tre segmenter således:

- Mikrovirksomheder med under 10 ansatte og en omsætning under 2 mio. Euro.
- Små virksomheder med under 50 ansatte og en årlig omsætning under 10 mio. Euro.
- Mellemstore virksomheder med under 250 ansatte og en omsætning under 50 mio. Euro.

Virksomheder, uanset størrelse, som er energitunge, har fokus på energieffektivitet som en del af deres forretningskoncept. Dette notat handler derfor om virksomheder, som ikke er energitunge.

Der findes rigtig mange mindre virksomheder i Danmark, så notatet vil i udstrakt grad beskæftige sig med de mindre virksomheder i mikroklassen, som dækker over 80 % af samtlige danske virksomheder (eksempelvis er 84% af erhvervskunderne små forbrugere med et årligt elforbrug under 20 MWh – i gennemsnit 5 MWh om året) - og til dels i mellemklassen (eksempelvis har 15% af erhvervskunderne et årligt elforbrug mellem 20 og 500 MWh – i gennemsnit 87 MWh om året)².

For at gøre notatet overskueligt er det vigtigt at grovinddele virksomhederne i en række forskelle typer:

1. Engros- og detailhandel
 - a. Detailhandel uden fødevarer
 - b. Supermarkeder
 - c. Engros- og agenturhandel
2. Privat service
 - a. Kontorvirksomheder
 - b. Hoteller, restauranter mm
 - c. Andre liberale erhverv
3. Mindre fremstillingsvirksomheder
 - a. Fremstilling af maskiner, produkter mm
 - b. Handel med biler samt salg og reparation

For yderligere beskrivelse af SMV-segmentet se Det Økologiske Råds notat "Energibesparelser i mindre SMV – ideer til publikationer og selvhjælpsværktøjer mm." december 2016.

Fælles for alle de nævnte typer af mindre virksomheder er, at de er vanskelige at komme i kontakt med, og at de oftest har lille interesse i energieffektivisering, da energiomkostningen i virksomheden som regel er til at overse i forhold til andre omkostninger.

På grund af det store antal virksomheder af disse typer er det imidlertid interessant at få kortlagt, hvilke mulige tilgange, som findes for at få dem i tale om energieffektivisering.

Dette notat giver således en oversigt over mulige tilgange med angivelse af aktører.

² Kilde: Energistyrelsens Elprisstatistik første halvår 2016



Mulige tilgange til energieffektivisering / EE i SMV'erne

I det følgende beskrives en række mulige tilgange til SMV'erne for energieffektivisering:

National indsats for EE i SMV'er	4
Kædebutikkernes indsats for EE i egne SMV'er.....	5
Branchetilgang til EE i SMV'er.....	6
Brug af regionale samarbejder til EE i SMV'er	7
Fokus på ejeren / lejereren af SMV'er	8
Fokus på medarbejderne til EE i SMV'er	9
Fokus på kommunens geografiske tilgang til EE i SMV'er.....	10
Fokus på kunde-tilgang til EE i SMV'er	12
Fokus på erhvervsforum som tilgang til EE i SMV'er	13
Den lokale forsyningsvirksomheds tilgang til EE i SMV'er	14
Anvendelse af lokale samarbejder til EE i SMV'er	15
Fokus på specifikke tekniske løsninger til EE i SMV'er	16
Leverandørers, installatørers og håndværkeres tilgang til EE i SMV'er	17

Der vil naturligvis kunne findes adskillige muligheder for kombinationer af disse tilgange.



National indsats for EE i SMV'er

Beskrivelse af indsats:

Aktører som Energistyrelsen, Elsparefonden, Go'Energi m.fl. har gentagne gange gennemført landsdækkende kampagner for at få borgere og virksomheder til at spare på energien enten via ændret adfærd eller via forandringer i bygningerne eller kombinationer heraf. Argumentet har ofte været, at de samme energitjenester kan leveres med mindre forbrug af energi.

Et af de seneste eksempler er, at Energistyrelsens Energisparesekretariat i efteråret 2016 har gennemført en belysningskampagne (LED kampagne), som var målrettet udvalgte segmenter (handel og service samt engroslande).

Fordele:

Nationale kampagner til påvirkningen af SMV'erne kan anvende medier, som fjernsyn og større dagblade m.v. til spredning af budskabet.

Herved vil man nå ud til mange aktører blandt SMV'er på denne måde.

Ulemper:

Landsdækkende kampagner er meget dyre, så omfanget af dem vil i sagens natur være begrænsede af de økonomiske bevillinger.

Kampagnerne skal typisk være meget generelle for så vidt muligt at "ramme" så mange aktører i SMV'erne som muligt.

Herved bliver kampagnerne meget upræcise over for den enkelte aktør i SMV-segmentet, som vil have svært at genkende netop deres virksomhed og virksomhedstype i en national kampagne.

Aktører:

Nationale offentlige instanser som fx Energistyrelsen kan være udførende og Folketinget som bevilgende aktør.



Kædebutikkernes indsats for EE i egne SMV'er

Beskrivelse af indsats:

Mange SMV'er, især inden for handel, indgår i en butikskæde. Kæderne har stor fokus på faktorer, som forbedrer både image og økonomi i de enkelte butikker og dermed også i den samlede butikskæde.

Mange butikskæder har fokus på energieffektivisering i deres butikker – oftest i forbindelse med en generel modernisering eller ombygning af den enkelte butik. En indsats som ofte alligevel skal gøres jævnligt for at kædens butikker fremstår moderne, effektive og attraktive.

Fordele:

Butikskæderne har store muligheder for at påvirke den enkelte butik, enten via et faktisk ejerskab, en forpagtningsaftale eller via franchise aftaler.

Energieffektivisering f.eks. i form af anvendelse af LED belysning ses i stigende grad også som en generel kvalitetsforbedring i butikkerne, og bliver derfor fremmet af flere årsager end bare energibesparelsen.

Indsatsen i kædebutikkerne kan have positiv afsmitning på andre butikker f.eks. i samme hovedgade eller storcenter, da man jo nødtigt ligger kvalitetsmæssigt under for naboen.

Det er muligt at have en rimelig professionel tilgang til opgaven, enten via kædens egen afdeling for modernisering af butikkerne eller ved at anvende konsulenter.

Ulemper:

Indsatsen rammer primært butikskædens egne butikker.

En anden ulempe ved at kædebutikkerne står for energieffektiviseringsindsatsener er, at lokale indsatser eller andres aktørers indsatser har svært ved at trænge igennem, da "det jo er noget hovedkontoret bestemmer".

Aktører:

Butikskædens egne eksperter, som har fokus på det samlede billede af kædens butikker, er hovedaktører.

Også lokale samarbejder eller lokale kampagner kan dog påvirke butikskæder til at ændre planlagte forbedringsrækkefølger m.v.



Branchetilgang til EE i SMV'er

Beskrivelse af indsats:

Ser man bredt hen over især de mindre SMV'er, så er de typisk medlem af en brancheorganisation.

Den relevante brancheorganisation har et rimeligt godt kendskab til forholdene hos deres medlemmer, men dette rækker ikke altid til viden om energieffektivisering, og de dertil knyttede fordele i form af forbedret indeklima, forbedret belysning og farvegengivelse m.v.

Brancheorganisationen har en vis mulighed for at kontakte eller informere deres medlemmer bl.a. via medlemsblade og medlemsrådgivning. Typisk læser ejeren af den lille virksomhed deres brancheblad bl.a. for at følge med i faget. Ejeren søger også i et vist omfang faglig og juridisk rådgivning i deres brancheorganisation. Det vil således være oplagt at søge samarbejder med brancheorganisationerne, så de kan viderebringe information og fx hjælpe deres medlemmer med energirigtige løsninger.

Fordele:

Tilgang til den enkelte SMV gennem dennes brancheorganisation er en forholdsvis direkte tilgang. SMV'er er ofte lydhøre over for egen brancheorganisation og forventer, at der ligger stor branchespecifik viden bag eventuelle udspil.

Henvendelser fra brancheorganisationen føles derfor vedkommende og nærværende.

Ulemper:

Tiltag om energieffektivisering i SMV'er skal ofte knyttes an til særlige forhold i den enkelte SMV, som f.eks. planlagt ombygning af forretning, ny produktionsudvidelse, overvejelser om forbedret markedsføring o. lign.

Det er derfor ikke sikkert, at rådgivning og opfordring fra brancheorganisationen kommer på det rigtige tidspunkt i forhold til virksomhedens planer.

Kommer tiltaget for sent, er muligheden måske forpasset, og kommer det for tidligt, bliver anbefalingen måske glemt inden tidspunktet er kommet for optimal indpasning af energihensyn.

Nogle brancheorganisationer er ydermere ret små og har ikke den nødvendige viden om energiforbedring og de tilknyttede fordele.

Aktører:

Brancheorganisationer og alle de aktører i markedet, som gerne vil have et samarbejde om opgavens udførelse sammen med branchen.



Brug af regionale samarbejder til EE i SMV'er

Beskrivelse af indsats:

Opgaven med at få SMV'erne i gang med at spare på energien kræver ofte, at ressourcerne samles fx på regionalt niveau.

Et eksempel på dette er Effektiv Energi på Fyn, hvor 4 energiselskaber i samarbejde med en fælleskommunal erhvervsudviklingsorganisation er gået sammen om at tilbyde rådgivning til små- og mellemstore virksomheder.

Et andet eksempel er Gate 21, som er et partnerskab mellem kommuner, virksomheder og videninstitutioner, der arbejder for det fælles mål at accelerere den grønne omstilling i Storkøbenhavn.

Et tredje eksempel er Netværk for Bæredygtig Erhvervsudvikling NordDanmark, som er et forum, hvor virksomheders arbejde med bæredygtighed videreudvikles. Netværkets formål er at styrke de deltagende virksomheders konkurrenceevne gennem målrettet indsats i retningen af miljø- og energimæssig bæredygtighed.

NBE NordDanmark er et samarbejde mellem Aalborg Kommune, Hjørring Kommune, Business Aalborg, Hjørring Erhvervscenter, Aalborg Universitet, Energi Nord og en række nordjyske kommuner og virksomheder, som igennem deres medlemskab af netværket fremmer og sikrer arbejdet med bæredygtig udvikling.

Fordele:

Der kan skabes langt større synlighed og gennemslagskraft regionalt ved sådanne samarbejder. Der kan bl.a. afsættes flere ressourcer, involveres forskellige kompetencer, opnås lokalt forankring mm.

Ulemper:

Ulemperne er primært, at der skal bruges ressourcer på at koordinere og styre et sådant samarbejde. Disse ressourcer kan være svære at tilvejebringe i tilstrækkeligt omfang.

Aktører:

Brede regionale samarbejder forudsætter, at der er en eller flere aktører, der tager initiativet til at etablere samarbejdet fx et par kommuner, regionale vækstfora mm.

Aktørerne i de regionale samarbejder er fx kommunerne, virksomheder, energiselskaber, videninstitutioner mm.



Fokus på ejeren / lejerer af SMV'er

Beskrivelse af indsats:

Ejerne og lejerne af SMV'er er typisk travlt optaget af at drive deres virksomhed og har ganske svært ved at sætte tid af til at iværksætte energieffektiviseringsprojekter. Det skal derfor være nemt for dem at få inspiration og viden om, hvor der kan spares energi.

Der kan fx udvikles nogle små enkle "hjælp til selvhjælpsværktøjer", som fx tjeklister/idélistes over, hvor virksomheden kan spare.

Disse "hjælp til selvhjælpsværktøjer" bør også målrettes installatører, leverandører, energirådgivere, miljøtilsynsførende mm, som kan bruge dem som inspiration og samtalegrundlag, når de besøger virksomheden.

Hos især mindre SMV kommer der sjældent installatører og andre rådgivere. De skal så nås via andre kanaler fx deres brancheforeninger, handelsstandsforeninger, kommunerne mm og gennem artikler eller annoncer i deres blade. Særligt vurderes det, at kommunerne kunne have en central rolle og distribuere publikationer mm via deres erhvervsnetværk, de miljøtilsynsførende, virksomhedsmøder og via egne interne posttjenester mm.

Fordele:

Det er forholdsvist enkelt at udarbejde og distribuere sådanne "hjælp til selvhjælp værktøjer". Installatører, leverandører og andre aktører får et godt og neutralt grundlag til at tale energibesparelser ud fra.

Ulemper:

Sådanne "hjælp til selvhjælp værktøjer" kan ofte blive for generelle i deres anbefalinger, så virksomheden ikke finder, at rådene er relevante for lige netop dem. Desuden har de som nævnt ikke megen tid til at læse materialer mm.

Aktører:

Særligt vurderes det, at kommunerne kan tage en central rolle og distribuere publikationer mm via erhvervsnetværk, miljøtilsynsførende, virksomhedsmøder, via egne interne posttjenester mm.



Fokus på medarbejderne til EE i SMV'er

Beskrivelse af indsats:

Medarbejderne er vigtige at involvere i de enkelte SMV. Det er medarbejderne, der har den daglige gang i bygninger og betjener maskiner mm. Det er således medarbejderne, der langt hen ad vejen via deres adfærd har væsentlig indflydelse på virksomhedens energiforbrug.

Men medarbejderne har ikke altid fokus på dette, bl.a. fordi det oftest ikke er dem, der får fordelene, hvis virksomheden sparer på energien. Medarbejderne skal således motiveres fx ved at slå på, at virksomhedens indeklima bliver bedre, der kommer bedre belysning, sygefraværet reduceres, de vil føle mindre træthed men også, at de medvirker til at virksomheden bliver mindre klimabelastende osv. Endvidere kan anvendes argumenter om, at når virksomhedens økonomi forbedres, så styrker det medarbejdernes ansættelsesforhold og evt. lønforhold.

Medarbejderne motiveres primært internt af virksomhedens ledelse, men erfaringer viser, at de ofte bærer private holdninger, viden og erfaringer med på jobbet. Hvis de fx bor i et lokalområde, hvor man er fokuseret på at nedbringe miljøbelastningerne, vil de have mere fokus på dette, når de går på arbejde.

Fordele:

Ved at involvere medarbejderne vil den enkelte SMV nemmere kunne identificere og gennemføre energieffektiviseringstiltag. Medarbejderne kan fx være opmærksomme på, om der er maskiner, der kører unødvendigt, eller lys der er tændt, uden der er nogen, der har brug for det.

Ulemper:

Den tid medarbejderne anvender på at finde energibesparelser går typisk fra deres driftsmæssige opgaver.

Det er ofte mere økonomisk attraktivt for virksomheden at anvende medarbejdernes tid på driftsmæssige opgaver end at arbejde med energibesparelser.

Aktører:

Lokalområdet, virksomhedernes ledelse og de enkelte medarbejdere.



Fokus på kommunens geografiske tilgang til EE i SMV'er

Beskrivelse af indsats:

Kommunerne har via deres centrale rolle i lokalsamfundet mulighed for at påvirke de SMV'er, som ligger inden for kommunegrænsen.

SMV'erne tænker og agerer typisk lokalt modsat større virksomheder, som tænker mere nationalt og internationalt. Kommunerne kan derfor fx inspirere virksomheder til handling ved at skabe og kommunikere en fælles fortælling om, at kommunen ønsker at gå foran, tiltrække grønne virksomheder, skabe arbejdspladser, have høj butikskvalitet i centre og bymidte osv.

Denne fortælling kan desuden bruges som "paraply" for en række lokale aktiviteter som fx tilbud til butikkerne i byernes handelscentrum om at få gennemført et energitjek.

Andre aktiviteter kunne være omdeling af informationsmateriale via den kommunale posttjeneste, omtale af de kvalitetsforbedrede og energioptimerede butikker og de håndværkere/elektrikere, som gennemførte arbejdet, via kommunens kontakter til lokalbladene osv.

Kommunen kan endvidere være central spiller i forhold til at aktivere flere af de øvrige tilgange f.eks. via lokale erhvervsråd, lokalt energiselskab, lokale håndværkere m.fl. til SMV'erne, og således levere en "pakkeløsning" med både information, hjælp til gennemførelse og efterfølgende positiv offentliggørelse af den gode fortælling.

Fordele:

Kommunen kan via sit daglige arbejde inddrage hensynet til energieffektivisering af SMV'er samtidig med, at der er fokus på forbedring af både indeklima, arbejdsmiljø og SMV'ernes kundeimage.

Via en kommunale medvirken kan informationer og henvendelser til SMV'er gøres lokalt forankrede, synlige og fokuserede, således at ejere og lejere af SMV'erne vil tilskyndes maksimalt til at orientere sig mod handlinger.

Arbejdsopgaver i forbindelse med energioptimeringen, vil ofte blive udført af lokale håndværkere, hvilket medfører at en væsentlig del (erfaringsmæssigt op til 10 %) af den investerede kapital ender i de kommunale kasser. Energieffektivisering er et stort marked for de lokale håndværkere og indsats her, skal derfor af kommunerne ses som et vækstinitiativ.

Ulemper:

I mange kommuner er der en myndighedstilgang, som kan stride mod også at varetage en ambitiøs politisk vedtaget indsats for at få SMV'erne til at agere med energirenoveringer.

Der er grænser for på hvilken måde og hvor meget af den kommunale økonomi, som direkte kan anvendes til formålet. Kommunen har dog muligheder for at udvide denne grænse ved at anvende udbud og indgå i konstruktioner f.eks. med erhvervsrådet og den lokale forsyning.

**Aktører:**

Kommunens ledelse og relevante energi- og miljømedarbejdere kan gøre en forskel. Gennem kommunalt samarbejde kan også erhvervsrådet, andre erhvervsvirksomheder, det lokale forsyningsselskab, de lokale håndværkere og installatører, den lokale presse m.fl. kunne indgå aktivt i indsatsen.

Kommunen kan via sin aktive deltagelse og promovning af SMV'er, som agerer aktivt og dermed forbedrer både energiforhold, indeklime, kundetilfredshed og generelt image, skabe en trend om, at naturligvis skal man optimere sin forretning i denne kommune, som en del af svaret på konkurrencen mellem byer, centre og kommuner.



Fokus på kunde-tilgang til EE i SMV'er

Beskrivelse af indsats:

En måde at fastholde kunder i kundebesøgte SMV'er, som butikker og supermarkeder, er at tilbyde et lækkert og indbydende indeklima og butiksophold.

Gennem nyindretning af butik eller supermarked i en proces, hvor der ofte også vil være energibesparelser at hente, kan kundeoplevelsen forbedres.

Opgraderingen kan være et led i en kommunal strategi (jf. kapitel om kommunernes tilgang) for at forbedre et samlet image som handelsby eller bydel.

Fordele:

Kundetilgangen vil på én gang både sikre energibesparelser og en forbedret moderne butik eller supermarked, som fremstår optimalt attraktiv for kunderne.

Opgraderes en eller flere butikker i en samlet placering af butikker eller supermarkeder, f.eks. gennem initiativer i kædebutikker eller i enkeltstående butikker, vil der kunne skabes en trend i området, som vil påvirke andre butikker til at foretage lignende ombygninger/renoveringer/udskiftninger.

Det er muligt for den opgraderede butik eller supermarked at anvende både kundeoplevelse og energieffektivitet i markedsføring af butikken / supermarkedet.

Ulemper:

Det er svært at værdisætte de opnåede fordele (fx forbedret kundetilgang som følge af indbydende indeklima) ved renoveringen ud over energibesparelserne (de såkaldte Non Energy Benefits). Dermed kommer det primære fokus til at være på balancen mellem omkostningen ved opgraderingen og besparelsen i energikøb, hvilket kun vil inddrage en del af de økonomiske fordele ved beregningen af forrentningen af investeringen.

Aktører:

Handelsstandsforeninger, kædebutikker, supermarkeder og deres bagvedliggende kæder, lokale erhvervsforeninger, kommunen, lokale gratisaviser, lokale håndværkere og installatører, samt ikke mindst kundeomtalen er alle aktører i denne tilgang.



Fokus på erhvervsforum som tilgang til EE i SMV'er

Beskrivelse af indsats:

Der er flere positive erfaringer med at forankre en kommunes arbejde med energirenovering hos boligere og erhvervsvirksomheder i det lokale erhvervsforum.

Et eksempel på dette er partnerskabet Grøn Puls, som blev etableret i 2013 af Fors A/S (tidligere Roskilde Forsyning), Roskilde Kommune og erhvervsFORUM Roskilde. Boligselskabet Sjælland er i juni 2015 gået med i partnerskabet. Grøn Puls, der er forankret hos erhvervsFORUM Roskilde, fokuserer på energirenovering af boliger og energibesparelser hos lokale SMV'er.

Formålet med Grøn Puls er at understøtte Roskilde Kommunes visioner og strategier på energiområdet ved at igangsætte konkrete tiltag, der kan sætte yderligere skub i energirenoveringer og samtidig skabe nye jobåbninger for håndværksvirksomheder.

Da der er relativt få håndværksvirksomheder i kommunen med uddannede energivejledere, var der brug for et kompetenceløft på området. Projektet skulle derfor også medvirke til at gøre det attraktivt for håndværkere at opkvalificere sig inden for energirenovering.

Fordele:

Erhvervsfora har typisk de lokale virksomheder herunder SMV'er som medlemmer. Derved har man allerede et netværk, hvor indsatsen kan forankres. Desuden sikres opbakning og ressourcerne til at udvikle indsatser og drive erfaringsnetværk mm.

Endelig har fx kommunen den fordel, at indsatserne kommer i "armslængde" af de bindinger, kommunen har som offentlig myndighed.

Ulemper:

Energibesparelser kan nemt "drukne" i andre og måske mere spændende erhvervsrettede aktiviteter, hvis ikke der som i ovennævnte model formuleres et konkret partnerskab (Grøn Puls).

Aktører:

Det lokale erhvervsforum evt. i samarbejde med kommunen, (det lokale) energiselskab og boligselskaber mm.



Den lokale forsyningsvirksomheds tilgang til EE i SMV'er

Beskrivelse af indsats:

Energiselskaberne er forpligtet til årligt at medvirke til at reducere det danske energiforbrug med 10,1 PJ if den aftale, der er indgået i december 2016 mellem regeringen og selskaberne.

Det vil derfor være oplagt at samarbejde med de forpligtede energiselskaber om energieffektivisering i de lokale erhvervsvirksomheder.

De fleste energiselskaber tilbyder tilskud i forbindelse med gennemførelsen af energibesparelser hos virksomheder og boligejere, men det er kun nogle få, der har aktiviteter, der retter sig direkte mod SMV.

Blandt dem, der har tilbud til SMV er EWII og CLEAN. EWII foretager en telefonisk gennemgang med kunden, inden det aftales, om der er basis for en egentlig energigennemgang. CLEAN tilbyder EU finansieret støtte (50%) til energirådgivning i de største og energitunge SMV.

Et andet eksempel er energiselskaberne Energi Fyn, Nature Energy, SEF A/S og Fjernvarme Fyn som sammen med MiljøForum Fyn finansierer en indsats, hvor mindre ikke-energitunge virksomheder tilbydes energiscreeninger sammen med tilbud om finansiering og implementering fra lokale håndværkere.

Fordele:

Energiselskaberne har gennem tiden opbygget ekspertise og forskellige tilbud til erhvervsvirksomheder og har desuden (med kundens samtykke) adgang til detaljerede data om kundens energiforbrug. Særligt i områder, hvor energiselskaberne har installeret fjernaflæste timemålere, har de nem adgang til at lave analyser af kundens energiforbrug.

Muligheden for tilskud er en fordel for både virksomheder og de aktører, som gennemfører energibesparelserne hos slutkunderne. Tilskuddene kan medvirke til, at økonomien i energieffektiviseringstiltag bliver attraktiv for virksomhederne.

Endelig er fordelene ved ovennævnte samarbejder, at der er finansiering til de ressourcer, der ellers kan være svære at finde via de kommunale budgetter.

Ulemper:

Virksomhederne skal bruge tid på at få identificeret mulige energisparetiltag, og disse tiltag skal dokumenteres af kunden, energiselskabet eller en rådgiver for, at der fx kan udbetales tilskud.

Aktører:

Energiselskaberne tilbyder tilskud og rådgivning, men derudover er der en række rådgivere og håndværkere, der kan rådgive og give tilskud på energiselskabernes vegne.



Anvendelse af lokale samarbejder til EE i SMV'er

Beskrivelse af indsats:

Opgaven med at få SMV'erne i gang med at spare på energien kræver ofte samarbejde mellem aktørerne i lokalområdet som fx det lokale energiselskab, lokale håndværksvirksomheder, pengeinstitutter, lokale sportsklubber og kommunen mm.

Energiselskabet kan tilbyde rådgivning og tilskud (se kapitlet om dette), de lokale håndværksvirksomheder kan både tilbyde rådgivning og at gennemføre energibesparelserne (se kapitlet om dette), pengeinstitutterne kan tilsvarende rådgive deres kunder om at få nedbragt energiforbruget (for at styrke virksomhedens økonomi og konkurrenceevne). Sportsklubberne og især deres medlemmer kan lokalt skabe fokus på bæredygtig adfærd og energibesparelser. Endelig har kommunen en vigtig rolle, som den der sætter klimaansvar, bæredygtighed og CO₂-reduktion på dagsordenen (se kapitlet om dette).

Fordele:

Lokalområdet får øget beskæftigelse og kommunen får øgede skatteindtægter udover, at klimabelastningen lokalt reduceres.

De enkelte virksomheder får øget konkurrenceevne og forbedring af den langsigtede økonomi.

Ulemper:

Ulemperne er primært, at der skal bruges ressourcer på at koordinere og styre et sådant samarbejde.

Aktører:

Sådanne lokale samarbejder forudsætter, at der er en eller flere aktører, der tager initiativet til at etablere samarbejdet fx kommunen, lokalt erhvervsforum, enkeltvirksomheder, sportklubben mm.

Aktørerne i det lokale samarbejde er fx kommunen, virksomheder, energiselskab, pengeinstitutter, sportsklubber, spejdere, aftenskoler mm.



Fokus på specifikke tekniske løsninger til EE i SMV'er

Beskrivelse af indsats:

De små- og mellemstore virksomheder er karakteriseret ved, at det primære energiforbrug går til belysning og opvarmning og i nogle tilfælde rumventilation og/eller køling af lokalerne. Derudover bruger supermarkeder køling til køle- og frostmontre og nogle fremstillingsvirksomheder bruger energi til specialiserede produktionsprocesser samt til trykluft og IT.

Der er således i stor udstrækning tale om få typer af anvendelsesområder, som rumopvarmning, belysning, køling, ventilation, trykluft og IT. Det er derfor nemmere at udvikle standardråd og kommunikere disse råd til SMV'erne, end det er at give råd til fx store energitunge produktionsvirksomheder, hvor energien hovedsageligt går til selve produktionen.

Se i øvrigt Det Økologiske Råds notat "Energibesparelser i mindre SMV – ideer til publikationer og selvhjælpsværktøjer mm." december 2016.

Fordele:

Det er forholdsvist enkelt at producere generelle råd om tekniske løsninger til brug for energibesparelser og derefter kommunikere disse råd.

Der kan desuden udarbejdes standardenergiløsninger eller standard beregnere, som kan bruges af de forskellige energispireaktører på markedet herunder til formidling af tilskud fra energiselskaberne.

Ulemper:

Generelle råd kan ofte virke virkelighedsfjerne og for generelle for modtagerne af rådene.

Aktører:

Centrale aktører som Energiselskaber og Energistyrelsen kan med fordel udvikle de nævnte råd og hjælpeværktøjer.



Leverandørers, installatørers og håndværkeres tilgang til EE i SMV'er

Beskrivelse af indsats:

Energiforbrug er som nævnt ikke på forhånd i fokus hos SMV'erne. Derfor skal det være nemt at gennemføre energibesparelserne, og det skal typisk ske, når de køber nyt udstyr eller, når udstyr går i stykker.

SMV'erne støtter sig typisk til de leverandører, installatører og håndværkere, som kommer i virksomheden alligevel. Det er derfor vigtigt, at disse aktører kan tilbyde energieffektive løsninger og i øvrigt er opmærksomme på mulige energibesparelser i virksomheden.

Aktørerne skal derfor have den nødvendige viden og uddannelse og skal desuden kunne støtte sig til standard-energiløsninger, kende til finansieringsmuligheder og formidle tilskud fra bl.a. energiselskaberne mm.

Fordele:

Leverandørerne, installatørerne og håndværkerne kommer i virksomhederne i forvejen og har kundernes fortrolighed.

Det er økonomisk effektivt at bruge de aktører, der kommer i virksomhederne, frem for at "sende" energikonsulenter mm ud til de enkelte virksomheder.

Aktørerne har detailkendskab til de produkter og ydelser, de sælger og installerer, og kan vælge/sælge de mest energieffektive løsninger.

Ulemper:

Leverandørerne, installatørerne og håndværkerne har typisk viden inden for eget fagområde og har svært ved at se besparelspotentiale på andre fagområder. En løsning er at opfordre leverandører til at teame op med hinanden (hvilke flere allerede gør) således, at de dækker flere fagområder.

Det er ofte en barriere for leverandørerne, installatørerne og håndværkerne at skulle "sælge" energibesparende løsninger og særligt, hvis de er dyrere end blot at udskifte.

Aktører:

Leverandørerne, installatørerne og håndværkerne samt uddannelsesinstitutioner, brancheforeninger, kommuner mm.