

MILJÖKLOKA KONTOR

ENERGI SPARTÄVLING FÖR OFFENTLIGA MYNDIGHETER

HANDBOK
FÖR ENERGITEAMEN



Finansieras inom ramen för Europeiska
unionens program Horizon 2020
Grant Agreement No. 649660



MILJÖKLOKA
KONTOR

Publicerad november 2015

Design: **Farm**, Ungern
 Redigering: **Provost Infographie**, Frankrike
 Grafiska illustrationer: **Samantha Auden**, Storbritannien
 Foton: **GreenDependent** (5, 9, 11, 12/2, 13, 35);
DollarPhoto (2, 8, 12/1, 17, 19, 26, 28)
Energikontor Sydost AB (20)

Denna Miljökloka kontor-publication är publicerad under en Creative Commons Attribution-Non-Commercial-No Derivative Works 2.0 UK: England & Wales-licens (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/legalcode>).



Författare: **Edina Vadovics**, **Kristóf Vadovics**
 och **Orsolya Antal** (GreenDependent Institute, Ungern)

Med bidrag från **Liga Zogla** (Ekodoma, Lettland) i Kapitel 5
 Granskad av **Anke Merziger** (B. & S.U., Tyskland) och
Emma Denorme (Arbeid & Milieu, Belgien)

Textbearbetning: **Lena Eckerberg**, Energikontor Sydost AB

Den skrift är en strategisk handbok som innehåller riktlinjer för energiteam i offentliga kontor för hur de kan införa och stödja energieffektivt beteende i sina byggnader kopplat till kampanjen Miljökloka kontor.

Den har sammanställts för projektet Miljökloka kontor som finansieras av Europeiska unionens Horizon2020-program.

Ansvar för innehållet i denna strategiska handbok ligger endast hos författarna. Den återspeglar inte nödvändigtvis Europeiska unionens åsikter. Varken EASME eller Europeiska kommissionen är ansvariga för hur materialet används.



greenIndependent
Intézet



MILJÖKLOKA KONTOR

ENERGISPARTÄVLING

WWW.MILJOKLOKAKONTOR.SE



HANDBOK FÖR ENERGITEAM

Miljökloka kontor är en årlång energispartävling för offentliga verksamheter och deras anställda från mars 2016 till februari 2017 eftersom den offentliga sektorn är en förebild inom energieffektivisering såväl som inom anpassning till klimatförändring.

Offentliganställda vidtar åtgärder mot klimatförändring och bidrar till energieffektivt beteende i sina administrativa byggnader.

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

4

Inledning.	5
KAPITEL 1.	6
Klimatförändringar, energianvändning och beteendeförändringar på kontor	
KAPITEL 2	8
EU, nationella och lokala policyer som stödjer Miljökloka kontor	
KAPITEL 3	9
Vad är Miljökloka kontor?	
KAPITEL 4	11
Energiteamen	
KAPITEL 5	14
Hur startar ni er kampanj?	
KAPITEL 6	18
Kommunikation	
KAPITEL 7	22
Bibehålla intresset och motivationen	
KAPITEL 8	27
Leda grupper	
KAPITEL 9	30
Goda exempel från andra energibesparingskampanjer i kontorsbyggnader	
KAPITEL 10	34
Efter Miljökloka kontor	
KAPITEL 11	36
Källor	
Bilaga	38
Frågeformulär	
PARTNERS	39

INLEDNING

5

Först och främst vill vi tacka dig för ditt **engagemang**, mod och din **beslutsamhet**!

För vad?

Klimatförändring, förbrukning av fossila bränslen och en säker energiförsörjning är bara några av de många utmaningar det talas om och som måste hanteras. Ja, tack för:

- ditt **engagemang** att inte undvika dessa allvarliga frågor och gömma huvudet i sanden;
- ditt **mod** att möta dem och därmed bry dig om andra och framtida generationer; och slutligen,
- din **beslutsamhet** att göra mer än att bara prata om det för att förbättra vår värld och din egen omgivning.

Vi vet att energibesparing och energieffektivitet på ditt jobb, i era kontorsbyggnader, inte kommer lösa alla problem, men tillsammans med många andra initiativ och åtgärder kan de bidra till en större förändring. Det är därför den Europeiska unionen, bland annat, har som mål att minska utsläppen av växthusgaser med 40 %, att öka andelen förnybar energi till 27 % och att **förbättra energieffektiviteten med 27 %** fram till år 2030.

Det är här du och kampanjen Miljökloka kontor kommer in i bilden med den årlånga energispartävlingen för offentlig sektor och dess anställda under perioden mars 2016 och februari 2017. Modiga och beslutsamma offentliganställda i omkring 180 byggnader – inklusive din – från 9 länder i hela Europa kommer att samarbeta för att spara energi på jobbet.

Du kanske undrar "varför jag och den offentliga sektorn, vi gör redan vår andel genom att tjäna allmänheten". Och du har rätt, alla måste delta i den här stora processen och därför finns många olika initiativ som riktas mot alla delar i samhället (industri, hushåll, tjänster etc.) i hela Europa. Men ni, inom den offentliga sektorn, är förebilder inom energieffektivitet och för klimatanpassning. Inom Miljökloka kontor vill vi hjälpa er genom att erbjuda stöd, kunskap och verktyg (t.ex. online-verktyg, handböcker, individuella utbildningar, möjligheter till konsultation, affischer, flygblad etc.). Du är välkommen att kontakta

Energikontor Sydost som utgör sekretariatet för Miljökloka kontor för vägledning och hjälp när som helst!

Det är tydligt att du deltar i kampanjen Miljökloka kontor för att du är engagerad, modig och beslutsam, men för att hjälpa dig att motivera dina kollegor väntar priser för de byggnader som lyckas bäst i tävlingen – kontakta Energikontor Sydost om fler detaljer och besök www.miljoklokakontor.se.

Denna handbok innehåller goda exempel på kontorsbyggnader, fallstudier och tips för energiteamen i de deltagande byggnaderna om hur ni kan hjälpa, organisera och motivera era kollegor till ett mer energieffektivt beteende på er arbetsplats. **Men den är inte avsedd att läsas som en bok**, från pärm till pärm! Läs bara de delar som intresserar dig eller ger dig bäst hjälp. Använd den som en guide: ta upp den närhelst du ställs inför utmaningar eller har någon fråga; vi hoppas du hittar användbar information i den. Och snälla, kontakta oss när du behöver hjälp och glöm inte: klimatförändringar kan bara bekämpas med en gemensam laginsats, som en grupp.

Vi önskar dig en rolig och energieffektiv tävling!





KAPITEL 1

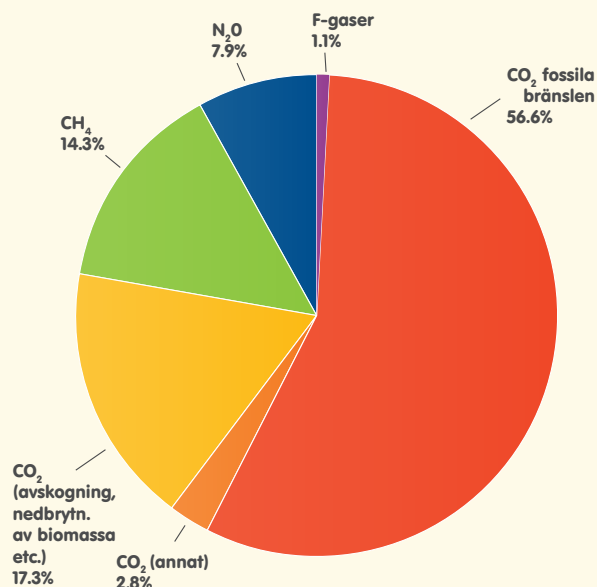
KLIMATFÖRÄNDRING, ENERGIANVÄNDNING OCH BETEENDEFÖRÄNDRING PÅ KONTOR

6

Klimatförändring är en av de globala miljöutmaningarna – den orsakar förlust av biologisk mångfald, avskogning, förtunning av ozonlagret, försurning av haven, jorderosion etc. Klimatförändring sker även naturligt; dock är "97 procent eller fler av klimatforskarna överens: Klimatuppvärmningstrender det senaste århundrandet är med största sannolikhet orsakade av mänskliga aktiviteter."¹ Det största bidraget till klimatförändringarna som orsakas av människan är ackumuleringen av växthusgaser² i atmosfären. De två viktigaste mänskliga aktiviteterna som bidrar till denna process och därmed till klimatförändring är förbränning av fossila bränslen för att producera energi och driva transporter samt avskogning (se figur).

Dessutom finns det en ännu bredare förståelse i samhället för att om vi inte börjar agera för att lindra och anpassa för klimatförändringarnas påverkan så kommer de globala och lokala förändringar att vara oåterkalleliga. EU:s medlemsländer är överens om att det är allas ansvar och att alla sektorer måste agera för att minska mänsklighetens bidrag till klimatförändringen - och målet för denna handbok är att hjälpa offentliga kontor att ta detta ansvar och minska sin energianvändning och därmed utsläpp av växthusgaser genom att ändra sitt vardagsbeteende.

Du kan hitta mer om konsekvenserna av klimatförändring på http://ec.europa.eu/clima/change/consequences/index_sv.htm eller överväg att se filmen 'En obekväm sanning' (se Kapitel 11).



Olika antropogena växthusgasers andel av totala utsläpp 2004 i form av CO₂-ekv. (i hela världen).³

Kontor och klimatförändring

De flesta tänker att kontor inte belastar miljön så farligt och, vad gäller klimatförändring, orsakar utsläpp av växthusgaser - jämfört med industrin, transporter och hushåll?

Dock, tvärt emot denna uppfattning, orsakar byggnader i EU 40 % av energianvändningen och 36 % av CO₂-utsläppen⁴ (en de mest betydande växthusgaserna). Kontor bidrar betydligt till klimatförändring genom:

1 Källa: <http://climate.nasa.gov/scientific-consensus/>

2 Läs mer om växthusgaser och växthuseffekten på https://en.wikipedia.org/wiki/Greenhouse_gas

3 Källa: IPCC (2007) Climate Change 2007: Synthesis Report. Tillgänglig från: http://www.ipcc.ch/publications_and_data/publications_and_data_reports.shtml

4 Källa: <https://ec.europa.eu/energy/en/topics/energy-efficiency/buildings>

- att använda energi för uppvärmning, kylning, belysning;
- att använda energi för att driva kontorsutrustning;
- att använda energi för tjänsteresor såväl som arbetspendling;
- innesluten energi i köpta produkter och tjänster (t.ex. energin använd för att tillverka kontorsutrustning och papper, energin som använts för att transportera dessa till kontoret etc.); och
- sist men inte minst, eftersom allmänheten besöker offentliga byggnader har även den en indirekt påverkan på befolkningens energianvändning. Bra praxis för energianvändning i offentliga byggnader kan potentiellt påverka energianvändning på andra ställen, på andra kontor och i hushåll, framför allt om de synliggörs och kommuniceras på ett bra sätt.

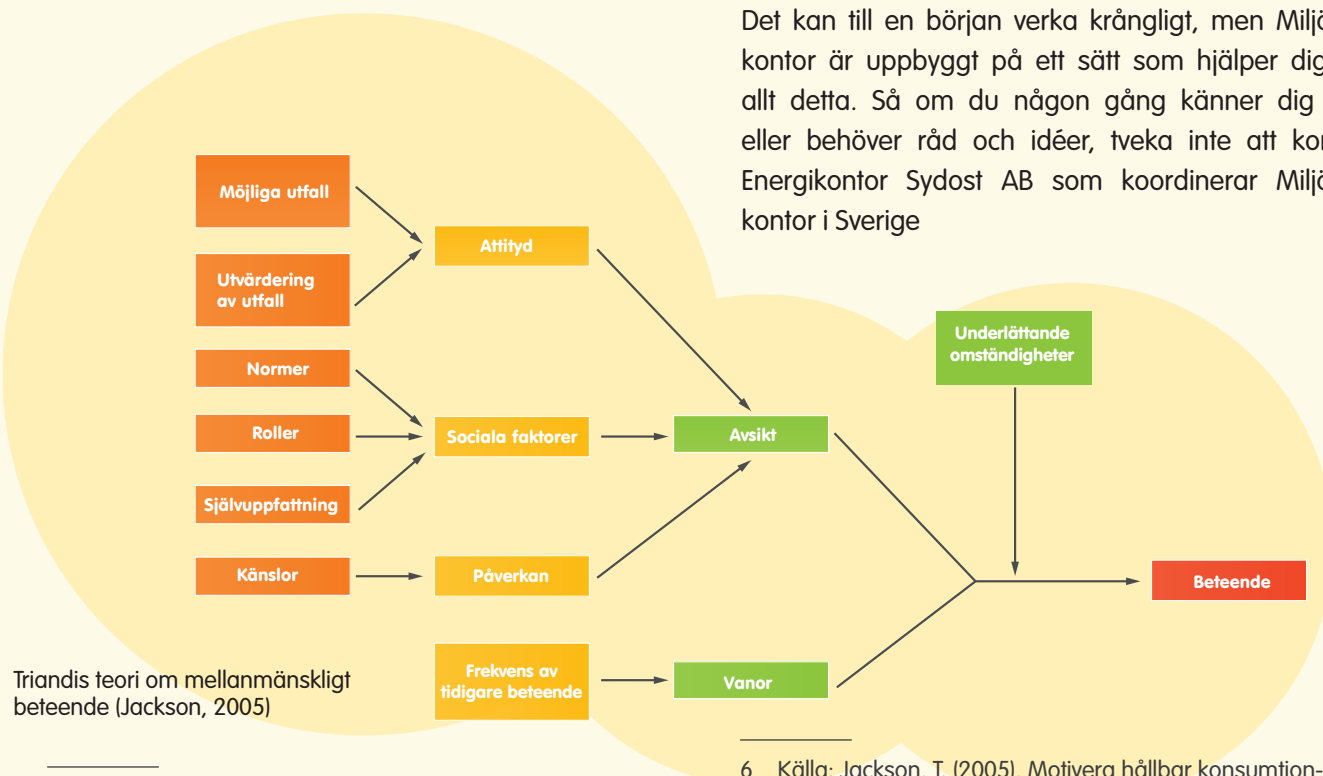
Då en stor andel människor jobbar på kontor är det viktigt att uppmärksamma energianvändning där. Forskning och erfarenhet visar att **upp till 20 % energibesparing kan uppnås genom aktiviteter som fokuserar på beteendeförändring**⁵ - och det är vad Miljöklora kontor fokuserar på..

Vad menar vi med beteendeförändring i Miljöklora kontor? Och hur fungerar det?

Genom att fokusera på beteendeförändring siktar vi in oss på vardagligt, ofta rutinartat, beteende t.ex. att tända och släcka, ställa in temperaturen för värme- och kylsystem, använda kontorsutrustning, underhålla de olika systemen (uppvärmning, belysning, etc.), organisera evenemang, äta och dricka, resor, etc. Om man frågar, brukar människor tycka att deras beteende redan är energismart och att de inte kan spara så mycket genom att ändra sina vanor och sitt sätt. Däremot visar forskning och erfarenhet att det ofta inte är fallet: med experthjälp, utbildning, praktiska verktyg, och, givetvis, viss ansträngning kan vi lyckas spara en hel del genom beteendeförändring, i vissa fall så mycket som 20 %!

Det finns olika teorier och modeller om hur beteendeförändring sker. Här presenterar vi Triandis teori⁶ för att illustrera att vi måste fokusera på flera olika delar för att förändra beteende (se figur). Triandis insåg vikten av sociala faktorer och känslor såväl som tidigare beteende eller med andra ord, nuvarande sätt att göra saker på kontoret. Det beteende som uppstår är resultatet av avsikt (influerad av attityd, sociala faktorer och känslor) såväl som av vad vi vanligen skulle göra i en liknande situation och slutligen närvaron av underlättande (eller hindrande) omständigheter.

Det kan till en början verka krångligt, men Miljöklora kontor är uppbyggt på ett sätt som hjälper dig med allt detta. Så om du någon gång känner dig vilsen eller behöver råd och idéer, tveka inte att kontakta Energikontor Sydost AB som koordinerar Miljöklora kontor i Sverige



Triandis teori om mellanmänniskt beteende (Jackson, 2005)

5 Källa: Europeiska miljöbyrån (EEA) (2013) Uppnå energieffektivitet genom beteendeförändring : vad krävs? Köpenhamn, Danmark. 52 s. Tillgänglig från: <http://www.eea.europa.eu/publications/achieving-energy-efficiency-through-behaviour>

6 Källa: Jackson, T. (2005). Motivera hållbar konsumtion- En genomgång av modeller för konsumentbeteende och beteendeförändring. En rapport till Sustainable Development Research Network. London, GB. Tillgänglig från: http://www.sustainablelifestyles.ac.uk/sites/default/files/motivating_sc_final.pdf



KAPITEL 2

EU, NATIONELLA OCH LOKALA POLICYER SOM STÖDjer MILJÖKLOKA KONTOR

8

Det finns flera EU, nationella och lokala policyer som hjälper oss skapa en bättre framtid för oss själva, våra barn och barnbarn.

EU menar att de globala utsläppen av växthusgaser måste minska med åtminstone 50 procent till 2050 jämfört med 1990 och vara nära noll år 2100 för att temperaturökningen ska kunna hållas under två grader. EU-ländernas mål är att minska utsläppen av växthusgaser inom EU med minst 40 procent fram till 2030 jämfört med 1990

Medan vi i princip är på rätt spår vad gäller målsättningen för förnybar energi, är vi långt ifrån att uppnå det mål som satts för energieffektivitet! Ni inom den offentliga sektorn har av europeiska kommissionen tilldelats rollen som förebilder genom att föregå med gott exempel inom området energieffektivitet. Då er

sektor spenderar omkring €1.500 miljarder – 16% av EU:s BNP – varje år finns en enorm besparingspotential.

Energieffektivitet måste integreras i alla relevanta policyområden, inklusive utbildning, för att förändra nuvarande beteendemönster. (Du

kan läsa mer om EU:s energipolicy här (på engelska) :

https://ec.europa.eu/energy/sites/ener/files/documents/2011_energy2020_en_0.pdf.⁷

Lyckligtvis har det funnits många initiativ av offentliga myndigheter det senaste decenniet för att bli mer energieffektiva, så du är inte ensam!



- **Borgmästaravtalet** – är den europeiska rörelsen som involverar kommuner, städer och regionala myndigheter att frivilligt förbinda sig att energieffektivisera och öka andelen av förnybara energikällor inom sina områden (www.covenantofmayors.eu).
- **Blekinge, Kalmar och Kronobergs län** har energi- och klimatstrategier med ambitiösa mål både på regional och kommunal nivå.
- **Sveriges Ekokommuner** (www.sekom.se/) Ett nätverk för kommuner som satsar på hållbar utveckling
- **Klimatkommunerna** (www.klimatkommunerna.se) förening för kommuner landsting och regioner för ett aktivt klimatarbete

Förutom ovanstående finns det flera andra initiativ som också siktar mot en minskad energianvändning, vilket ni också kan använda som motivation och kontakta i ert område.

- **Övergångsstäder** – är ett samhällsprojekt på gräsrotsnivå som försöker bygga uthållighet som svar på oljeproduktionstoppen (peak oil), klimafförstörelse och ekonomisk instabilitet (<http://www.transitionnetwork.org>).
- **Earth hour** (19 mars 2016) – världens största miljömanifestation.
- **Europeiska trafikantveckan** arrangeras årligen i september för en minskad bilanvändning.

Och, sist men inte minst, så har många offentliga organisationer, institutioner - kanske även din - policyer och standarder som också kan hjälpa dig i din Miljökloka kontor-kampanj, t.ex :

- ISO 50001 – Energiledningssystem
- ISO 14001 – Miljöledningssystem
- Er egna energi- och klimatstrategi och (eller) handlingsplaner

Undersök om din organisation ingår i något av de ovan nämnda initiativen, har egna policyer eller om din byggnad har någon av standarderna och be om dokumenten för att skumma igenom dem. De kan ge dig goda idéer om hur du kan agera.

⁷ https://ec.europa.eu/energy/sites/ener/files/documents/2011_energy2020_en_0.pdf



KAPITEL 3

VAD ÄR MILJÖKLOKA KONTOR?

9

Det är en årlång energispartävling för offentlig sektor (kommuner och regioner). Den äger rum mellan 1:a mars 2016 och 28:e februari 2017 med priser till de bästa offentliga arbetsplatserna. Omkring 180 byggnader deltar – inklusive din – från 9 europeiska länder (Österrike, Belgien, Frankrike, Tyskland, Ungern, Italien, Lettland, Sverige och Storbritannien) inom följande tre områden om vem som kan:

1. spara mest energi genom att ändra beteende,
2. organisera den mest kreativa energispartkampanjen,
3. skapa den bästa handlingsplanen för att spara energi i sin byggnad.

Förutom de uppenbara positiva resultaten av att spara energi i byggnaderna kommer **priser** att fördelas bland de offentliganställda som lyckas bäst:

- Huvudpriset går till de bästa nationella lagen i kategori 1 – energibesparing –, där fyra personer får träffa de andra nationella vinnarna i Bryssel i juni 2017, samtidigt som hela laget även kommer få andra priser;
- olika priser kommer även att delas ut till de andra bästa lagen.

Genom att mata in byggnadens energianvändning i online-räknaren – www.miljoklokakontor.se – kommer du kunna se och följa hur mycket energi din byggnad har sparat hittills. Din byggnads energi- och CO₂-besparingar kommer hela tiden att visas på projektets hemsida för att motivera dig, dina kollegor och ledningen samt för att kommunicera initiativet till allmänheten genom att presentera resultat.

Naturligtvis behöver inte ni – Energiteamet – göra allt själva i byggnaderna, Miljökloka kontors svenska koordinator Energikontor Sydost AB kommer ge er nödvändig kunskap, verktyg och stöd för att kontrollera och minska energianvändningen i era byggnader. Ni kommer få kontinuerligt professionellt stöd, utbildning,

alla möjliga sorters tryckt och elektroniskt material – energibesparande tips varannan vecka, online-verktyg som hjälper dig och dina kollegor att fortsätta vara engagerade, en enkel kontorsrådgivning, denna handbok och mycket mer. - Miljökloka kontor-teamet och Energikontor Sydost AB kommer:



- hjälpa dig sätta ihop ditt **Energiteam** i din byggnad, som är ansvarigt för att sköta den årlånga motivations- och informationskampanjen;
- genomföra individuell **energirådgivning**,
- hålla **utbildningar** för ditt energiteam (och om nödvändigt andra anställda i din byggnad);
- organisera ett nationellt **startevenemang** för de deltagande byggnaderna (12/11-2015);
- ge er **information** om hur man minskar energianvändningen i er byggnad, huvudsakligen genom beteendeförändringar;
- förse er med **flygblad** och **affischer** för att hjälp er göra reklam för programmet i er byggnad;
- tillhandahålla ett **online-verktyg** för övervakning av energianvändningen i er byggnad;
- tillhandahålla verktyget **Gröna klick** och regelbundna **energipartips** för att hjälpa dig och dina kollegor minska er energianvändning i era dagliga aktiviteter;
- förse er med ett **startkit** så ni har en uppsättning enkla verktyg för att minska energianvändningen, t.ex. energimätare och klistermärken för att påminna kollegorna.

(För mer information om Energiteamens uppdrag före och under kampanjen – se Kapitel 4.)

Så vad kommer hända i Miljöloka kontor-kampanjen och när

10

TIDPUNKT	AKTIVITET	DELTAGARE FRÅN BYGGNADEN	UPPGIFTER FÖR ENERGITEAMETS MEDLEMMAR	STÖD FRÅN DEN NATIONELLA PARTNERN
Apr – Dec 2015	Identifiering av 20 kontorsbyggnader – undertecknande av samarbetsavtal	Beslutsfattande tjänstemän/politiker		
Juli – Dec 2015	Sammanställning av byggnadens grundläggande energidata som referens för tävlingen	Energiexperter, fastighetsförvaltare		
Juli – Dec 2015	Identifiering av energiteam i varje byggnad	Tjänstemän, fastighetsförvaltare, entusiastiska kollegor	Bildande av energiteam	Hjälpa till att starta energiteam dela ut flygblad och affischer
12 Nov 2015	Invigning – Energiting Sydost 2015	Tjänstemän, politiker, energiteam	Delta i evenemang Bjuda in kollegor till evenemang	Organisera startevenemang/invigning
Dec 2015 – Feb 2016	”Utgångsläges- och analys” - ”energirådgivning” för byggnaden (kan vara del av inledande workshops)	Energiexperter, fastighetsförvaltare		Genomföra energirådgivning
Jan – Mars 2016	Inledande workshops	Energiteam och andra intresserade, betydande kollegor	Delta i utbildning Bjuda in kollegor till utbildning Skapa handlingsplan för byggnaden	Organisera utbildningar dela ut strategisk handbok
Mar 2016 – Feb 2017	Energispartävling (12 månader)	Alla anställda i byggnaden (motiverade av energiteamet)	Leda energiteam Mata in energidata i online-verktyg Motivera kollegor Dela ut flygblad och affischer Dela ut startkitsinnehåll Skicka ut energispartips Använda Gröna klick	Online-verktyg för inmatning av data Gröna klick-verktyget för individuell användning Regelbundna energispartips Kontinuerligt stöd till energiteam
Apr-May 2017	Utvärdering av tävlingsresultat	Nationella arbetsgrupper (representanter och experter från deltagande kommuner)	Fortsätta spara (detaljer i kapitel 10)	Online-verktyg för inmatning av energidata
May-Jun 2017	Nationell prisceremoni	Organisationens ledning, energiteam, pressen	Delta i evenemang Bjuda in kollegor till evenemang	Organisera nationellt evenemang
Jun 2017	Internationell prisceremoni	Nationell vinnargrupp (4 personer)		Organisera resa för vinnargrupp



KAPITEL 4

ENERGITEAMEN

11

Energiteamen är väldigt viktiga i programmet och tävlingen Miljökloka kontor: de är tävlingens ambassadörer och hjärtat och själen i varje deltagande byggnads energisparansträngningar. Även om det i vissa byggnader är ledningen som väljer en eller flera medlemmar i energiteamet, så bildas de huvudsakligen på frivillig basis; de är en grupp kontorsanställda som känner sig entusiastiska, ansvariga och redo att driva förändring mot mer hållbar energianvändning i deras byggnad. Samtidigt behöver de inte göra allt själva - men de ser till att saker görs, information sprids och att de som jobbar på kontoret börjar använda energi på ett mer hållbart sätt.

Vad gör du som medlem av ett energiteam?

- Du är ansvarig för hålla igång tävlingen i din byggnad genom att använda de givna verktygen och indata;
- Du hjälper till att utveckla och införa kampanjen;
- Du informerar och motiverar dina kollegor med hjälp av det kampanjmaterial du får från Energikontor Sydost AB;
- Du mäter energianvändningen (d.v.s. samla in mätaravläsningar) i din byggnad med regelbundna intervall (varannan vecka eller varje månad) och knappar in dem på online-plattformen;
- Du kan delta i workshopen (speciellt organiserat för energiteamet), startevenemanget och vid slutet av tävlingen, prisutdelningen



Varför behöver du ett lag?

Både forskning och erfarenhet visar att det är enklare, mer effektivt såväl som roligare att spara energi i team. Personer tar med sig olika

färdigheter, kunskaper, erfarenheter och idéer till ett lag, så det finns många möjligheter att dela med sig, hjälpa varandra såväl som att stödja och uppmuntra. Dock måste du vara uppmärksam på hur gruppen byggs upp och upprätthålls för att teamet ska fungera bra och lyckas - se mer om det och några idéer och tips i Kapitel 8.

”Tvivla aldrig på att en liten grupp av dedikerade medborgare kan ändra världen; det är det enda som någonsin har gjort det.” (Margaret Mead)

Hur stort är ett energiteam?

Energiteam består vanligen av 3-10 personer beroende på byggnadens storlek, antalet anställda och även antalet anställda som vill och är redo att jobba mer aktivt med energibesparing samt, i slutändan, mot ett grönare och hållbarare kontor.

Varför är det bra att vara medlem i ett energiteam?

Faktiskt av många anledningar! Det här är bara några:

- Du kan jobba för något nytt (inte dina vanliga arbetsuppgifter) och positivt med dina kollegor;
- Du blir en del av en grupp och kommer troligen ha en massa roligt förutom att jobba för att spara energi;
- Du kan lära känna och bli vän med kollegor från andra avdelningar du inte känner så bra;
- Du kan testa dig själv och dina färdigheter inom ett nytt område samt även lära dig nya färdigheter;
- Du kan lära dig om energibesparing och klimatförändring tillsammans med dina kollegor och med Energikontor Sydost AB;
- Du kan använda det du lär för att spara energi (och pengar!) hemma hos dig;

- Du kan lära känna och få kontakt med liknande team i ditt land och i 8 andra länder;
- Du kan hjälpa till att spara energi och pengar på ditt kontor; och slutligen,
- Om ni organiserar en lyckad och kreativ kampanj och/eller sparar mest i ert land kan ni vinna trevliga priser! Om ditt kontor sparar mest energi i Sverige får 4 personer resa till Bryssel 2017 för att träffa andra liknande team från 8 olika europeiska länder.



Vem kan vara med i energiteamet? ■■■■

Vem som helst kan gå med i energiteamet, det behövs ingen tidigare kunskap eller erfarenhet, man ska bara vara redo att lägga några timmar av sin arbetstid på att spara energi och hjälpa till att involvera sina kollegor.

I bästa fall har energiteamen medlemmar från olika avdelningar med olika färdigheter och kunskap eftersom det finns olika uppgifter som måste göras:

- ledning och organisation:
 - övergripande ledning av tävlingen Miljökloka kontor på er arbetsplats,
 - leda energiteamet: organisera möten, organisera uppdelning av uppgifter, se till att saker blir gjorda, påminna och motivera kollegorna, etc.,
 - organisera evenemang, föredrag, etc. för kollegor,
 - sätta upp skyltar och affischer för att vägleda och påminna kollegor;
- kommunikation:
 - skriva e-post och påminnelser till kollegor,
 - uppmuntra kollegor att regelbundet besöka

Gröna klick-sajten www.miljoklokakontor.se/energysavecheck,

- skriva intressant och motiverande material för att hjälpa kollegor spara energi (med hjälp av det material ni får från Energikontor Sydost AB),
- skriva och posta nyhetsartiklar om tävlingen Miljökloka kontor på er hemsida, på ert intranät eller i er interna tidning,
- skriva om tävlingen i lokaltidningar,
- prata om tävlingen och era ansträngningar och resultat med era kollegor, ledningen, media, vid lokala evenemang, etc.,
- ta fram rapporter om tävlingen och era resultat till ledningen på er arbetsplats och till Energikontor Sydost AB som har hand om tävlingen;
- mäta och hålla reda på energianvändningen:
 - se till att mätare läses av och att data regelbundet matas in i online-räknaren på hemsidan www.miljoklokakontor.se (varannan vecka eller en gång per månad),
 - se till att verktyg och material kommer till användning genom kollegor: undersök vilken kontorstrustning som använder mest energi, hur man kan spara energi, etc.;
- designa intressant material, aktiviteter och evenemang för kollegor för att hjälpa alla spara energi och ha roligt medan man gör det; och
- se till att energiteamet och era kollegor har roligt under tiden.



Hur bildar ni ert energiteam?

Det är nödvändigt att vara strategisk vid sammansättningen av energiteamet och rekrytering av medlemmar. Det är viktigt att ha olika personer i teamet, personer som:

- kan se till att saker händer i organisationen antingen för att de har en sådan position eller om inte, har rätt kontakter,
- har eller kan ge er tillgång till energianvändningsdata och mätare,
- är entusiastiska och redo att lägga tid och ansträngning på att hjälpa till att spara energi på kontoret,
- är bra på att prata med andra, involvera och övertyga dem och
- är bra på att leda grupper.

Om ni har en hållbarhets-, miljö-, klimat eller energistrategi och handlingsplan, så se till bjuda in den ansvariga till ditt energiteam: du kommer märka att genom att samverka blir ni båda hjälpta och tillsammans kommer ni kunna uppnå mer.

Det finns olika sätt att locka personer att bli en del av energiteamet. Då människor föredrar och är öppna för olika typer av kommunikation (se mer om det i Kapitel 6) är det viktigt att använda flera kommunikationskanaler:

- Som en början såväl som för att informera personalen i huset om denna möjlighet är det en bra idé att sätta upp affischer och dela ut flygblad som ni får av Energikontor Sydost AB.
- Om ni har en intern hemsida eller ett internt nyhetsbrev, överväg att lägga en nyhetsartikel, kallelse och kontakt detaljer om tävlingen där.
- Om möjligt kan man även skicka e-post till kollegor och berätta om Miljökloka kontor-tävlingen och det faktum att de kan gå med i energiteamet.

Även om inte alla besvarar på allmänna inbjudningar så kommer vissa intresserade personer bli engagerade på det här sättet, kanske personer du inte hade tänkt på att kontakta annars för att de jobbar på en avdelning/ inom ett område du inte vet så mycket om eller har nära kontakt med i vanliga fall.



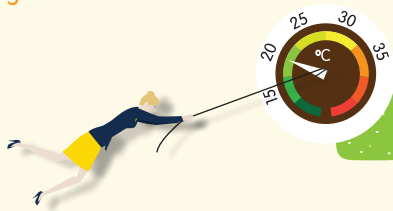
13

Därefter, eller parallellt med dessa rekryteringssätt, är det även viktigt att:

- **ta personlig kontakt:** personer du tycker om att jobba med och personer du tror har användbara och viktiga färdigheter att erbjuda energiteamet och tävlingen Miljökloka kontor. Du kan antingen prata med dem eller skicka ett personligt e-postmeddelande.

Om några av dina kollegor redan är intresserade och har åtagit sig att bilda energiteamet, men du skulle vilja attrahera fler medlemmar kan du fundera på att organisera ett informellt möte under en lunchrast eller vid en fikarast. På mötet informerar du andra om tävlingen och möjligheten att gå med i ert energiteam. Du kan annonsera mötet med samma metoder som vi föreslog för att göra reklam för tävlingen (t.ex. affischer, e-postutskick, personlig inbjudan etc.)

Det är alltid trevligt att erbjuda lite fikabröd och kaffe/te för att göra det mer attraktivt att gå med i energiteamet - att bjuda på lite (hemlagad) mat är ett bra sätt att hjälpa människor att slappna av, göra det trevligare och bygga gruppkänslan.



KAPITEL 5

HUR STARTAR NI ER KAMPANJ?

14

Hur lyckad en kampanj blir beror till stor del på hur bra den startas, så det är viktigt att lägga tid och ansträngning på planering och förberedelse och se till att alla som deltar har samma förståelse för målen samt känner till sina roller och sitt ansvar. Idéerna och tipsen nedan kommer hjälpa er uppnå det.

Säkerställa ledningens engagemang och involvera dem i kampanjen

Om ni är med i tävlingen Miljöklora kontor har ni tur: er ledning har redan övertygats om att det är viktigt att spara energi genom beteendeförändring och därmed att delta i det här initiativet.

Oavsett är det viktigt att regelbundet kommunicera med ledningen. Det är möjligt att de redan har specificerat för ert energiteam hur och hur ofta de önskar kommunicera med er och vilken typ av rapporter de vill få om ert jobb och era ansträngningar. Om inte, ha era normala rutiner för rapportering i bakhuvudet och fundera på att göra något eller allt av följande:

- bjuda in representanter från ledningen till viktiga kampanjevenemang. Till exempel, om ni ska ha en invigning av kampanjen, be dem ta en "speciell" roll t.ex. att öppna evenemanget;
- arrangera regelbundna korta möten för att diskutera utvecklingen och eventuella utmaningar ni stöter på; och
- skicka regelbundna, men korta rapporter till den ledningen som ansvarar för tävlingen Miljöklora kontor (t.ex. rapporter varje eller varannan månad om kampanjens utveckling).

Stäm av reglerna för arbetet med ledningen

Förutom att komma överens om former för kommunikation med ledningen och hur ni ska rapportera om era aktiviteter och utveckling är det också väldigt viktigt att vara tydlig kring andra aspekter av ert arbete som är relaterade till kampanjen:

- hur stor del av er arbetstid som ni kan lägga på kampanjen och när;
- vilken typ av resurser ni kan använda (t.ex. rum för möten, anslag för kampanjmaterial, andra anställdas arbetstid etc.);
- vilka delar av tävlingen ni kan kommunicera till allmänheten;
- vem som kan godkänna resursanvändning och extern kommunikation;

Därför föreslår vi att ni har åtminstone ett möte med er ledning för att diskutera dessa ramvillkor för ert kampanjarbete.

Starta energiteamet och definiera hur ni ska jobba

I Kapitel 4 diskuterade vi hur man lockar kollegor att gå med i energiteamet. Nu uppmärksammar vi hur man börjar jobba med sitt team. Liksom för kampanjen, är det första mötet viktigt då det kommer ha stort inflytande på ert samarbete under hela kampanjen. På mötet är det viktigt att göra och diskutera följande:

- **lär känna alla** och ta reda på varför de valde att vara med i teamet;
- **diskutera och klargör mål och avsikter/målsättningar** för kampanjen så ni har en delad förståelse. Det är lämpligt att ha **mer allmänna mål** (t.ex. via kampanjen Miljöklora kontor ska vi öka medvetenheten om

energianvändning i vår byggnad) såväl som **väldigt specifika målsättningar** (t.ex. vid tävlingens slut har vi minskat vår energianvändning med minst 10% och har involverat åtminstone 70% av våra kollegor);

Fundera på att bjuda in någon från ledning till ert första energiteammöte för att öppna mötet och även för att visa alla att det finns engagemang på högsta nivå för att delta i tävlingen Miljöklaka kontor.

- **lista och diskutera allas kunskaper och färdigheter** som kan vara användbara under tävlingen. Se till att tänka på alla möjliga saker när ni gör detta, till exempel vem kan hjälpa till med kopiering, vem har tillgång till mätarna, vem är bra på att skriva roliga inbjudningar, vem vet redan något om energibesparing, vem är väldigt organiserad och kommer se till att ni håller er tidplan, vem kan spela ett musikinstrument etc.;
- **kom överens om hur ofta ni ska träffas** och datum för nästa möte;
- **diskutera hur ni ska kommunicera** sinsemellan och med era kollegor, t.ex. om ni vill ha egna e-postlistor, en grupp på sociala medier, ett speciellt utrymme på den interna hemsidan, etc.;
- **bestäm en arbetsplan för ert energiteam**. Använd t.ex. ett blädderblock för att göra en enkel plan för kampanjens hela år så som ni tänker under det första mötet: vad ska hända och vad vill ni ska hända och när. Troligen kommer den ändras senare, men det är fortfarande väldigt användbart att ta fram en plan för att säkerställa att alla har samma vision och sedan återvända till er plan varje gång ni träffas;;
- **lista och diskutera uppgifter** som måste göras under kampanjen;
- **fördela ansvarsuppgifter** mellan teammedlemmarna;
- och sist men inte minst: se till att **ha roligt**. Till exempel, förbered något trevligt att äta och dricka på mötet, t.ex. några hembakta kakor, juice; gör ett roligt frågeformulär om klimafförändring och/eller energieffektivitet tillsammans; titta på en kort, relevant video eller lyssna på en sång som exempelvis Earth Song med Michael Jackson (se fler förslag på filmer och sånger i Kapitel 11)..

Det är möjligt att ni känner att detta blir för mycket för första mötet eller att ni inte har fullständiga resultat

från utvärderingen av utgångsläget (se nedan) ännu och tycker det är svårt att göra bra planer utan det. Om ja, föreslår vi att ni lämnar utvecklingen av planen och liknande uppgifter till nästa möte (vilket inte borde vara allt för långt efter det första) till workshopen som Energikontor Sydost AB kommer arrangera för er där ni kommer diskutera en lokal handlingsplan för året liksom att dela ansvar (se tidslinjen i Kapitel 3).

I början av kampanjen kommer ni behöva lägga lite mer tid på att få igång saker och sätta strukturerna för arbetet. Det är viktigt att göra detta då det kommer hjälpa till att driva kampanjen på ett

Gör en utvärdering av utgångsläget avseende energianvändning – för er byggnad såväl som för er själva

Innan ni verkligen kan börja spara energi, måste ni veta **var ni är just nu**. Med andra ord behövs en analys av utgångsläget som genomförs med stöd av Energikontor Sydost AB. Inom Miljöklaka kontor har vi utvecklat olika verktyg för att hjälpa er att utreda utgångsläget för energianvändningen, energirådgivning och verktyg för energianalys (checklistor) för att bedöma byggnadens energianvändning samt verktyget Gröna klick för enskild användning av anställda. Dessa verktyg kommer introduceras på utbildningsseminariet.

Vid utvärdering av utgångsläget är det lämpligt att beakta och samla in data om följande:

- er arbetsplats **nuvarande och tidigare energianvändning**;
- ert kontors **styrkor och svagheter med avseende på energianvändning**. Det är väldigt viktigt att samla in både styrkor och svagheter: det är väldigt motiverande för alla att vara medvetna om vad de redan gör rätt och hur mycket de redan kan ha sparat i och med detta. I projektet Miljöklaka kontor tillhandahåller vi några verktyg för detta (se mer i Kapitel 3), men det finns även andra verktyg ni kan använda och i Kapitel 11 listar vi ytterligare några alternativ (t.ex. checklistor för kontor, verktyg för miljökartläggning).
- anställdas **allmänna energianvändningsvanor**;

- den allmänna, **redan existerande kunskapen** i energiteamet och bland era kollegor om klimatförändring, energianvändning och vad som skulle kunna göras på er arbetsplats (se Bilaga för exempel på frågeformulär ni kan använda direkt eller modifiera så det passar bättre för era lokala förhållanden); och
- **anställdas individuella energianvändningsvanor**, till att börja med energiteamets medlemmar, men senare alla kollegor. För det tillhandahåller projektet Miljökloka kontor verktyget Gröna klick, som hjälper dig utvärdera dina vanor och ger tips för ytterligare åtgärder. Man kan även regelbundet återvända till det för att mäta sin utveckling.

Att fråga era kollegor om nuvarande energivanor och sätt att förbättra den för att spara energi kan till att börja med verka konstigt (de är trots allt inte experter). Däremot visar erfarenheten att de som använder en byggnad, dess system (uppvärmning, belysning) och utrustning vet en hel del om var och hur de skulle kunna modifiera sitt beteende och sina vanor för att spara, även om de inte är energiexperter. Så, det är värt att fråga dem! Om de känner att deras åsikter och erfarenheter är viktiga är det även troligare att de blir aktiva i kampanjen senare.

Det här kan verka som väldigt mycket arbete, men oroa dig inte, ni kommer få mycket stöd, verktyg och hjälp från Energikontor Sydost AB (se även Kapitel 3 för detaljer). Till exempel kommer ni bli inbjudna till en workshop där ni kan lära er mer om dessa saker och även börja göra utvärderingen av utgångsläget tillsammans. På workshopen kommer ni även få massor av hjälp och indata till hur man gör en handlingsplan för kampanjåret (och därefter), delvis baserat på utvärderingen av utgångsläget.

Ta fram en handlingsplan för kampanjåret

Kom ihåg att en lyckad kampanj börjar med en bra plan. Därför, innan tävlingen börjar och andra kollegor involveras, är det viktigt att ta fram en handlingsplan för hur kampanjen ska genomföras i er byggnad.

Här är några förslag på ämnen att inkludera i handlingsplanen:

- En kort analys av läget för energianvändning och energibesparing på kontoret med styrkor, svagheter och vad som behöver ändras;
- Energibesparingsmål (procent, kWh, specifika indikatorer) angivna för en viss tidsperiod;
- Lista med energibesparande åtgärder ni planerar att genomföra för att nå målsättningen med en kort beskrivning, tidplan och vem som är ansvarig för implementation;
- Olika evenemang ni planerar för eller med era kollegor, t.ex. presentationer, tävlingar, diskussionsforum, sociala evenemang, etc.;
- Planera informationsmaterial såsom nyhetsbrev, påminnelser, nyheter om energibesparingsfrågor, affischer etc.;
- Planera hur ni tänker övervaka era aktiviteter för att vara säkra på att det sker förändringar av beteende och energibesparing;
- Kommunikationsplan: information om hur ni planerar att kommunicera era ansträngningar utanför er byggnad/ert kontor, Fundera även på samverkan med andra anställda, t.ex. i andra offentliga byggnader som inte är med i Miljökloka kontor, och hur ni skulle kunna informera och kanske involvera dem eller hur ni skulle kunna engagera dem i energibesparing efter den här tävlingen.
- Förutom energibesparing, överväg att ta med ämnen såsom förnybar energi, hållbara transporter och mobilitet, hållbar mat och avfallshantering etc. i er kampanj.
- Det är lämpligt att inkludera resultaten och slutsatserna från ert första möte (arbetsplan för ert energiteam).



Glöm inte bort att ett av priserna i går till den bästa handlingsplanen! En bra handlingsplan är användbar för ert arbete och, kan hjälpa er vinna en av kategorierna!

För att fortsätta med energibesparing och liknande aktiviteter efter tävlingen såväl som för att ha så stor chans som möjligt att vinna priserna i tävlingskategorin "Bästa handlingsplan", så fundera på att revidera och uppdatera den handlingsplan ni tog fram till tävlingen med information om hur man kan fortsätta kampanjen efter att projektet Miljökloka kontor tar slut.

Involvera era kollegor

För att er kampanj ska bli riktigt lyckad, det vill säga spara så mycket energi som möjligt, måste ni involvera era kollegor. De behöver vara övertygade och motiverade för att vidta åtgärder och delta i Miljökloka kontor. Här delar vi några idéer och tips om hur ni kan börja involvera

dem i början av er kampanj, men läs även Kapitel 7, vilket

ger er ytterligare tankar kring hur man kan hålla liv i intresset och motivationen.

Till att börja med måste era kollegor **känna till tävlingen** och förstå **varför det är bra för dem**

och er byggnad.

Det är avgörande att

betona varför energibesparing kan vara bra för enskilda anställda. Här är några exempel (se fler detaljer i Kapitel 7 om motivation) - men det är lämpligt att ert energiteam lägger tid på att lista eventuella ytterligare fördelar som är specifika för just er.

- Om vi använder mindre energi minskas kostnaderna;
- Att vara med i en energispartävling förbättrar vår gruppkänsla, vi måste samarbeta i icke-jobbrelaterade situationer och det leder i slutändan till en bättre arbetsatmosfär;
- I Miljökloka kontor kan vi lära oss om nya saker, skaffa nya färdigheter och använda kunskap vi har men inte brukar använda i vårt dagliga jobb;
- Att undersöka vårt kontor från ett energiperspektiv kan även leda till bättre arbetsförhållanden (t.ex. bättre belysning, förbättrad temperaturkomfort, etc.), så det har hälsofördelar;

- Vi kan även ta med oss sparidéer hem och spara pengar och energi hemma.

Så, se till att marknadsföra tävlingen och varför den är bra på affischer och via e-postutskick, i interna nyhetsbrev, på den interna hemsidan och så vidare. Ni kan även fundera på att ordna en rolig invigningsfest för att dra igång tävlingen: en samling på lunchen eller till fiket med lite grundläggande information om kampanjen Miljökloka kontor, lite mat och dricka och kanske en liten frågesport på temat Miljökloka kontor mellan olika avdelningar eller grupper av anställda.

Nästa väldigt viktiga steg är att se till att era kollegor vet **hur de kan delta** i kampanjen liksom **hur de kan spara energi** på jobbet. Här är några idéer om hur ni kan säkerställa detta:

- ha ett regelbundet, informativt och roligt nyhetsbrev för era kollegor (t.ex. varje månad);
- se till att alla känner till de verktyg som tillhandahålls av Miljökloka kontor: hemsidan, verktyget Gröna klick och de verktyg ni får i startkittet
- använd de energispartips ni får regelbundet från Energikontor Sydost AB för att underlätta besparingsansträngningar;
- bjud in intresserade personer till energiteammöten (ni kan annonsera tid och plats i ert nyhetsbrev och uppmuntra dem att komma);
- sätt upp engagerande (och roliga) skyltar och påminnelser i byggnaden för att påminna personalen om specifika energibesparande åtgärder (t.ex. att stänga av datorn när man går hem, att släcka efter sig) och byt ut dem periodiskt;
- gör iordning en intern sajt eller grupp på sociala media för tävlingen där ni postar all relevant information och se till att era kollegor känner till detta; och
- ta direktkontakt när ni behöver ytterligare hjälp för vissa kampanjuppgifter eller evenemang.





KAPITEL 6

KOMMUNIKATION

18

En annan väldigt viktig nyckel till framgång i en energispartävling – förutom hur vi startar kampanjen – är hur, när och vad vi kommunicerar gentemot våra olika målgrupper.

I Kapitel 4, 5 och 7 kan ni hitta massor av idéer och hjälp om hur man involverar, säkrar engagemanget hos och motiverar olika deltagare och anställda. I det här kapitlet fokuserar vi på vad och hur vi ska kommunicera om betydelsen av energibesparing och dess relevans för klimtförändring och hur vi kan övertyga de mera ovilliga eller de som inte bryr sig.

Vanliga ursäakter och effektiva argument att bemöta dem med

Människor är väldigt bra på att komma med ursäakter när det gäller deras vardagsvanor och livsstil. Framför allt, om de inte är så mycket miljömedvetna, kan de förklara varför de inte kan inte göra så stora ansträngningar för att ta del av några besparingsaktiviteter.

Om vi planerar att inte bara involvera de redan medvetna utan även de mindre intresserade och skeptiska kollegorna i kampanjen, kan det vara praktiskt att förbereda för deras möjliga ursäakter och ha några övertygande svar redo.

Några av de vanligaste ursäakterna:

- Klimtförändring är fortfarande långt borta, varför skulle jag göra något för att stoppa det?
- Forskare ser för mörkt på framtiden, ingenting farligt kommer hända snart.
- Det är ändå redan för sent att göra något...
- Jag tänker inte ge avkall på min bekvämlighet, varken hemma eller på jobbet!
- Varför ska just jag börja spara energi och ändra min livsstil? Andra gör inget! De borde börja först!
- Varför kompenserar vi inte bara för våra koldioxidutsläpp?
- Ledningen kommer inte låta oss ändra något.
- Vetenskap och teknik kommer hjälpa oss med klimtförändrings- och energianvändningsproblemen.
- Det är omöjligt att få alla på kontoret att samarbeta.
- Vem bryr sig om energi när det finns så många andra problem?
- Vi har för mycket att göra för att vara en del av den här kampanjen.
- Hur ska jag veta vad jag ska göra och hur jag ska göra det?
- Vår byggnad borde renoveras först, det skulle hjälpa mycket mer än att ändra vårt beteende.

Tur att hålet inte är i vår ände!



En typisk klimtförändringsattityd...

Källa:

<https://teamchiptkd.files.wordpress.com/2013/02/accountability.jpg>

Användbara och effektiva argument att bemöta ursäkterna med:

Om de ovan nämnda argument dyker upp kan vi använda följande rimliga punkter för att övertyga våra kollegor:

1. Klimatförändring är inte en teaterpjäs som vi betraktar på distans - det är något som oundvikligen händer och vi är alla på scenen! Men - även om det kanske låter konstigt - vi är även regissörer! Hur vi agerar kommer påverka hur det går, vi är gemensamt ansvariga.
2. Om vi inte tar tag i verkligheten nu kommer den kanske skrämma oss senare! Klimatförändringar påverkar redan miljontals i världen och de extrema vädermönster som vi upplever eller de snabbt smältande europeiska glaciärerna är inte heller tillfälligheter. Det är verkligen en av vår tids största utmaningar och inget litet problem som "räcker-att-lösa-imorgon".
3. Det är mycket bättre för hela mänskligheten om vi ser klimatförändring som en chans att sakta ner, ompröva vår livsstil och frivilligt börja förändra våra liv och göra dem hållbara.
4. Klimatvänliga liv innebär inte lidande, prövningar och självförnekelse. Det kan faktiskt vara roligt, givande, tillfredsställande, lyckligt och man kan till och med hitta ett nytt "jag" längs vägen!



Klimatvänligt liv =

- färre fossila bränslen, renare alternativ energi...
 - hållbar konsumtion (energi, vatten, varor), mindre utsläpp, mindre avfall...
 - färre bilar, mindre trafik, mindre stress...
 - mer frisk luft och fler gröna områden...
 - långsammare liv, färre oanvändbara saker...
 - aktiva lokala satsningar...
 - hälsosam mat, hälsosam kosmetika och rengöringsprodukter...
 - kortare arbetstid, mer fritid...
 - mer humana arbetsförhållanden (miljömässigt och socialt)...
 - mer oberoende...
5. Klimatförändring är direkt beroende av hur vi använder energi. Syftet är istället för att slösa med energi och sen kompensera för utsläppen i efterhand för att lätta på skulden, istället att minska vår konsumtion så mycket som möjligt - och ha mindre att kompensera!
 6. Enbart vetenskap och teknik kan inte lösa detta växande hot. Som vi nämnt är problemet globalt och vi måste alla vara en del av lösningen. Det är aldrig för sent och till och med de minsta handlingarna, som att släcka efter sig, räknas! ⁸

Att släcka 5 lampor i korridorer och rum när de inte behövs, som exempel, kan spara 300 Kr och undvika 100 kg CO₂-utsläpp per år⁷.

7. Offentliga sektor som är pionjärer inom energibesparingsminskar inte bara energikostnaderna, utan förbättrar även kommunens sociala ansvar och de anställdas moral. Genom att delta i Miljöklora kontor och liknande kampanjer kan er arbetsplats även vara en förebild för andra verksamheter.
8. Det finns redan massor av bra idéer för effektiv energianvändning, det finns inget behov att uppfinna tillvägagångssätt och metoder från grunden. Men individuell kreativitet är naturligtvis alltid välkommen. Under energisparkampanjer kan deltagare även lära en hel del av varandra och utbyta värdefulla idéer.
9. Det har redan organiserats flera framgångsrika europeiska energibesparingskampanjer för bolag och kontor - för att få inspiration och uppmuntran, kolla in deras resultat och goda exempel i Kapitel 9!

⁸ Källa: <http://iis.energiradgivningen.se/misc/www/kalkyler/kontorsel/kontorsel.aspx>

Hur kan man prata om klimattförändring och betydelsen av att spara energi på er arbetsplats?

20

Att spara energi hjälper till att bromsa klimattförändringen – och ju mer vi sparar, desto mer hjälper vi till! Att involvera personer i kampanjen, antingen i energiteamet eller i gruppen med stödjande kollegor, kan vara mycket enklare om de ser den större bilden: att deras ansträngningar inte bara handlar om den offentliga imagen och minskade energikostnader, utan även om en global aktivitet för att faktiskt rädda vår planet för framtida generationer.

Ert budskap går fram effektivt om...

- ...ni anser det vara ett vetenskapligt bevisat faktum att mänskliga aktiviteter även bidrar till klimattförändring och inte lägger tid på att försöka bevisa att klimattförändring faktiskt existerar.
- ...ni är positiva och inte glömmar nämna hur fördelaktigt det är för ett samhälle om det tar klimattförändringar på allvar och agerar på ett proaktivt sätt.
- ...ni poängterar att vi har alla nödvändiga resurser för att agera: kunskap, färdigheter, expertis, teknik och viljan att agera. De kan hjälpa oss ta ett steg framåt.
- ...ni presenterar alla aspekter från vilka det verkar rimligt att försöka bromsa klimattförändringen, t.ex. sociala, miljömässiga, moraliska, kulturella, ekonomiska, intellektuella, säkerhetsrelaterade och etiska aspekter (t.ex. energi-säkerhet/oberoende, samhällets sammanhållande kraft, nya jobb, bättre luftkvalitet, social rättvisa, moralisk känsla, förbättrad hälsa, ökade besparingar, skyddande av biologisk mångfald)
- ...ni betonar hur mycket bättre ett klimattvänligt liv är jämfört med vår nuvarande livskvalitet i vårt konsumtionsorienterade och slösaktiga samhälle: hälsosammare liv, mer fritid med våra familjer och för oss själva, livfullt samhällsliv, renare miljö etc. Alla delar av en lovande och önskvärd hållbar framtid: vem skulle inte vilja ha ett sådant liv?
- ...ni undviker att presentera bilden av en hotande och farlig framtid som kan ge intrycket att "vår värld är ändå dödsdömd". Det är bara upp till oss om vi ser klimattförändring som en chans att starta ett nytt, mer hållbart liv eller om vi ser det som ett enormt hot och vi gömmer oss av rädsla. Ni måste inspirera människor, inte göra dem nedslagna. Däremot måste ni vara tydliga med vilka risker klimattförändring kan medföra för mänskligheten samt planetens flora och fauna – och även för våra egna liv.
- ...ni försöker ge en tydlig bild av en möjlig framtid genom att presentera olika versioner baserade på olika åtgärdsnivåer för att sakta ner klimattförändringen.⁹
- ...ni pratar om vardagliga gröna, energibesparande vanor som uppenbara val som man gör hela tiden och på så vis gör hållbar energianvändning naturlig.
- ...ni upprepar de viktigaste meddelandena flera gånger och via flera kommunikationskanaler.
- ...ni inte använder "miljöjargong", ni ska försöka vara begripliga för alla.
- ...ni använder visuella verktyg (affischer, filmer etc.).
- ...vi måste presentera data, som hur mycket energi vi kan spara med enkla beteendeförändringar och hur mycket det kan betyda på företagsnivå.
- ...ni ser till att personalen förstår: med deras hjälp och med allas engagemang är det möjligt att förändra!



Enkla och smarta meddelanden är enklast att få in i människors hjärtan och sinnen!
Foto: Energikontor Sydost AB

9: Ni kan läsa om olika globala vägar och framtida scenarier i:
<http://www.naturvardsverket.se/Sa-mar-miljon/Klimat-och-luft/Klimat/>
<http://www.smhi.se/klimat>

- ...ni bygger på målgruppens värderingar, moralattityder och förväntningar när ni försöker ändra deras energivanor. Fördöm dem inte för deras nuvarande vanor, utan påpeka att det inte stämmer med deras värderingar och förväntningar.
- ...ni använder olika meddelanden till olika typer av människor*

*Här hittar du mer handledning om hur man kan prata med olika typer av människor:
 George Marshall (2007) Carbon Detox: Your step-by-step guide to getting real about climate change or Psychology of Climate Change Communication
<http://www.cred.columbia.edu/guide>
 Och titta även i Kapitel 7 för några snabba idéer.

ANVÄNDBARA VERKTYG FÖR KOMMUNIKATION UNDER TÄVLINGEN

MED VEM?	HUR?	MED VILKET SYFTE?
Medlemmar energiteam	möten	• säkra engagemang • hålla uppe humöret • motivera varandra • samla in idéer • dela uppdateringar • informera om evenemang • dela praktisk information • skicka ut påminnelser
	e-post	
	e-postlista	
	"roliga" verktyg, som videoklipp, filmer, serier etc	
	en grupp på sociala medier eller på den interna hemsidan	
	rapport	• dela resultat under kampanjtiden
Kollegor	e-post / e-postlista	• skapa stöd för projektet • informera om evenemang • ge uppdateringar om prestationer • samla in och dela idéer • tillhandahålla allmän information om kampanjen • diskutera idéer • motivera varandra
	nyhetsbrev	
	möten	
	affischer	
	klistermärken, affischer och andra skyltar på kontoret	
	informella utbildningar	• dela kunskap och information • förklara varför kampanjen görs och vad som kan uppnås
	evenemang	• öka engagemang • få kontakt med andra och stärk gruppen
	sida eller grupp på sociala media	• dela idéer • ha roligt och tyck om att spara • få kontakt med andra och stärk gruppen
	rapport	• utvärdera • sammanfatta utveckling och resultat
Externa besökare	affischer	• öka publicitet och medvetenhet • presentera projektet • ge uppdateringar om resultaten och prestationer • presentera de deltagande organisationerna, projektpartners och de projektsponsorer som har bidragit till programmet
	inlägg på organisationens hemsida eller sida på sociala media	
	deltagande etc. på lokala evenemang på torget	
Allmänheten etc. - extern kommunikation	pressreleaser	• öka publicitet och medvetenhet • presentera projektet • ge uppdateringar om resultaten och prestationer • presentera de deltagande organisationerna, projektpartners och de projektsponsorer som har bidragit till programmet • ge idéer till andra organisationer • "visa upp" den lokala myndigheten som förebild inom energieffektivitet
	artiklar i lokalpress	
	intervjuer med lokalpress	
	presentation på lokala evenemang	
	projekthemsida	



KAPITEL 7

BIBEHÅLLA INTRESSET OCH MOTIVATIONEN

22

Kampanjen Miljökloka kontor pågår under 12 månader, eftersom vi behöver lång tid för att uppnå beteendeförändring som "fastnar". Det innebär utmaningar eftersom vi måste hålla alla intresserade och motiverade samt säkerställa att personalen kontinuerligt utmanar sig själva för mer besparingar och därmed mera hållbara energivanor.

I Kapitel 5 och 6 har vi redan gett några tips för att motivera personalen att gå med i tävlingen. Här fokuserar vi på hur vi kan bibehålla denna motivation och hur vi kan säkerställa att vi använder en uppsättning olika verktyg för att hålla olika människor engagerade.

För att bibehålla intresset och motivationen är det viktigt att komma ihåg att olika personer intresserar sig för olika saker, så se till att variera innehållet i era meddelanden. Tabellen nedan visar en kort sammanfattning, men som vi föreslog i Kapitel 5 är det lämpligt att lägga lite tid på era energiteammöten på att fundera på vad som skulle kunna motivera er och era kollegor.

VARFÖR DELTA OCH VARFÖR BRV SIG OM ENERGIBESPARING?	FÖR VEM OCH FÖR VILKEN AVDELNING/FÖRVALTNING?
För att ha bättre miljöprestanda (som ett resultat av minskade utsläpp av växthusgaser och användning av fossila bränslen)	Ledningen, miljöavdelningen
För att spara pengar (som ett resultat av minskad energianvändning)	Ekonomiavdelningen
För att öka produktiviteten (som ett resultat av mer medveten användning av uppvärmning, belysning, etc. såväl som utrustning / bättre utrustning som köps in)	Ledningen, ekonomiavdelningen, underhållsavdelningen
För att ha en bättre offentlig image (som ett resultat av större miljömedvetenhet)	Kommunikationsavdelningen, PR, ledningens kansli
För att ha en bekvämare och hälsosammare arbetsplats (som ett resultat av bättre styrning av uppvärmning, belysning etc. samt mer medveten användning)	Alla anställda
För att utföra den offentliga sektorns roll och föregå med gott exempel (som ett resultat av att kommunicera miljöansträngningar)	Ledningen, kommunikationsavdelningen
För att göra något för samhället, framtida generationer (alla är ansvariga för att agera för att lindra klimatförändring)	Alla anställda
För att lära något nytt, utveckla nya färdigheter, uppnå personlig utveckling (under kampanjen kommer det finnas många möjligheter att lära)	Alla anställda
För att jobba tillsammans med andra och ha roligt	Alla anställda

För att bibehålla intresset och motivationen behöver ni

- **ha regelbunden kontakt** med ert energiteam och era kollegor;
- **tillhandahålla feedback och uppdateringar** om hur kampanjen utvecklas, vilka resultat era besparingsansträngningar har nått och vilka framsteg som görs gentemot de mål som sattes i början;
- **förstärka önskvärt beteende** genom olika metoder, t.ex. regelbundna uppdateringar och feedback såväl som att premiera sparbeteende;
- **tillhandahålla information, utbildningsmaterial och tips** under hela kampanjen för att möjliggöra kontinuerlig utveckling;
- **använd olika tillvägagångssätt och kanaler för att kommunicera** för att tillgodose olika preferenser och personlighetstyper; och
- **göra Miljöklora kontor intressant och roligt** - se till att ha roligt medan ni sparar energi!

Ha regelbunden kontakt

Under hela kampanjåret kommer era kollegor behöva påminnas om att ert kontor deltar i tävlingen Miljöklora kontor. Det finns olika sätt att göra det:

- sätta upp skyltar - såsom affischer, klistermärken etc. - över hela kontoret;
- tillhandahålla regelbundna uppdateringar om kampanjen;
- ha regelbundna möten;
- ha evenemang som markerar kampanjens milstolpar (t.ex. starten, när ett mål har nåtts etc.); och
- ge möjlighet för personalen att lämna idéer och feedback till er, även anonymt. Att ha en förslagslåda är ett bra sätt att göra detta.



Energikontor Sydost AB kommer att tillhandahålla flera verktyg som hjälper er hålla kontakt, till exempel affischer, flygblad, klistermärken etc. som ni kan sätta upp överallt där det passar. De kommer även tillhandahålla word-mallar åt er för att skapa era egna skyltar, eftersom ni kan er arbetsplats och känner era kollegor bäst, så att ni kan skapa de bästa meddelandena. Det är bäst att regelbundet (t.ex. var 2-3:e månad) ändrar skyltarna så att era kollegor inte vänjer sig för mycket vid dem.

Ni kan ert kontor och känner era kollegor bäst! Använd denna kunskap för att i ert energiteam bestämma hur ofta, på vilka sätt och med vilka meddelanden det är bäst att kommunicera i kampanjen Miljöklora kontor.

Återkoppla och uppdatera

Att ge information om utvecklingen för er kampanj är nödvändigt för att bibehålla motivationen, då era kollegor behöver veta om deras besparingsansträngningar ger resultat. Det finns flera verktyg i Miljöklora kontor som kommer hjälpa er med det:

- verktyget Gröna klick som fokuserar på individuellt beteende; och
- beräkningsverktyget som hjälper varje kontorsbyggnad att övervaka sin energianvändning. Med hjälp av detta verktyg kommer ni kunna se hur det går för er att spara energi.

Ni kommer behöva påminna kollegorna om att använda verktygen och ert energiteam bör även använda de data som fås från beräkningsverktyget för att göra korta rapporter till era kollegor. Det är lämpligt att regelbundet skicka dessa rapporter via e-post, sätta in dem i er interntidning eller posta dem på er hemsida. Det kan även vara motiverande att skriva ut och anslå dessa rapporter på interna anslagstavlor: genom att göra det kan ni enkelt visa den utveckling som sker!

Om ni bestämmer er för att ha en förslagslåda, kom ihåg att regelbundet kontrollera dess innehåll och ge återkoppling på det!

Att sätta upp lägesrapporter på väggen vid fikarummet hjälper till att uppmuntra till diskussioner om Miljöklora kontor. Det har visat sig att diagram med liten eller ingen utveckling gjorde så att man diskuterade anledningar till situationen och sedan motiverade dem att anstränga sig mer.

Förstärka önskvärda vanor

24

Förändringar i vardagen och vanor är inte enkla att göra: denna typ av beteenden är ofta automatiska, vi tänker oftast inte medvetet på att slå på och av saker, stänga av kranar, justera temperaturer etc. I Miljökloka kontor behöver alla göra en medveten ansträngning att tänka på och modifiera vanor. Av den anledningen är det viktigt att särskilt förstärka goda vanor. Man kan göra det genom att tacka när man ser någon göra rätt, sätta upp klistermärken och skyltar, notera det när rapporterna skrivs och även genom att ha olika belöningar. Till exempel:

- ni kan bestämma att rösta fram "månadens energisparare" baserat på kriterier ni fastställer i ert energiteam;
- ni kan varje månad tillkännage besparingsutmaningar och belöna alla som klarar dem; eller
- ni kan bestämma att ha en tävling där personalen får skicka in det mest kreativa/ovanliga/användbara besparingstipset för ert kontor.



De nationella och internationella priserna i Miljökloka kontor är viktiga motivationskällor: glöm inte bort att påminna era kollegor om dem flera gånger under kampanjen!

Kom ihåg att belöningar inte behöver vara stora, det kan vara väldigt motiverande att se sig själv omnämnd som "månadens sparare" eller som den person som lämnat in det mest kreativa besparingstipset. Om ni däremot även vill ge ut en belöning, fundera på att baka en kaka eller att laga något hemmagjort åt dem.

Tillhandahåll material för fortsatt utveckling

Kollegorna måste få veta varför ni ber dem att spara energi, exakt hur de kan spara energi och om hur de utvecklas i sina ansträngningar att spara. I Miljökloka kontor finns material som kan hjälpa er med detta:

- besparingstips med olika teman varannan vecka - med tips för nybörjare såväl som för mer erfarna sparare;
- utbildningsevenemang där ni och era kollegor kan lära mer om frågor relaterade till energibesparing;
- en hemsida med massor av ytterligare information; och
- mallar för att inspirera er att designa eget material.

När ni tar fram handlingsplanen för er kampanj kan ni fundera på att skissa på en tematisk besparingsplan genom att ha olika teman för varje kampanjmånad (t.ex. belysning, uppvärmning, kontorsutrustning, kök etc.). Då kan ni, förutom att göra en allmän ansträngning att spara, fokusera på att lära er mer om ett specifikt tema varje månad. Detta kan organiseras av olika personer eller grupper för varje tema. I slutet av månaden kan ni ha en kort frågesport för att se vem eller vilken avdelning som lyckades lära sig mest.

Då det är troligt att vissa av era kollegor vet mer om energibesparing och klimatförändring än andra så kan ni be dem hjälpa till att designa material (t.ex. broschyrer, informationsaffischer etc.) och aktiviteter (t.ex. diskussioner, frågesporter, tävlingar). Det är en stor motivationshöjare för personalen att vara inblandade i designfasen såväl som att delta i aktiviteterna!

I Kapitel 11 kan ni hitta ett antal användbara tips (länkar, lästips, filmer etc.) för att hjälpa er att tillhandahålla intressant inlärnings- och aktivitetsmaterial.

Använda olika sätt att kommunicera

Människor är olika och därmed motiveras de av olika saker och föredrar också att ta emot information på olika sätt. Så kom ihåg att kommunicera med hjälp av olika kanaler (se tabell i Kapitel 6) och även med olika

typer av meddelanden. Tabellen nedan ger en kortfattad överblick av fyra olika personlighetstyper och hur man kommunicerar med dem¹⁰. Du kan troligen hitta vilken typ som mest liknar din personlighet, men du kanske ser att du även har spår av de andra tre. Det är viktigt att det finns en blandning av alla fyra typer

PERSONLIGHETSTYP A: ÖVERLEVARE	PERSONLIGHETSTYP C: VINNARE
Överlevare känner sig pressade från många riktningar, men mot alla odds lyckas de hålla ihop allting. De hoppas att det kommer att lätta någon gång i framtiden. Tid och pengar är viktiga i deras liv och när de har lite extra av något av dessa vill de spendera det på sig själva. Så det sista de behöver är ytterligare ett problem - t.ex. klimatförändring och energibesparing - att hantera. Visst borde någon annan lösa det? De blir irriterade när någon föreslår att de, t.ex., borde köra mindre för miljöns skull. Så för Överlevare är det viktigt att betona att klimatförändring inte kommer vända uppochnär på deras liv om de är förberedda. Fokusera även på åtgärder som är rakt på sak och gör livet enklare och bekvämare samtidigt som de också sparar pengar. De behöver också försäkras om att de inte är ensamma, andra gör också sin del.	Vinnare trivs med att leva i den moderna världen och gillar ny teknik. De ser på livet som ett spel som de tänker vinna och har berömda människor som förebilder. De gillar att resa och shoppa och lever för stunden. Vinnare tycker att utmaningarna med klimatförändringar överdrivs och har inte mycket till övers för miljömänniskor som de anser vara glädjedödare. De är inte rädda för förändring, framför allt mot det goda livet, men de är misstänksamma mot alla som säger åt dem att sluta med saker, speciellt när ingen annan verkar göra det. För Vinnare är det viktigt att poängtera att klimatförändringen hotar deras framgång och, om ingenting görs, deras goda liv. Men, då de gillar att vara moderna och trendiga, betona det faktum att koldioxidlösande livsstilar kommer bli omoderna. Däremot finns det smarta och energieffektiva lösningar och produkter tillgängliga som de kan köpa. Och om de antar de utmaningar som orsakas av klimatförändringar är det möjligt att uppnå det goda livet.
PERSONLIGHETSTYP B: TRADITIONALIST	PERSONLIGHETSTYP D: UPPÅTSTRÄVARE
Traditionalister gillar saker som de är. De älskar traditioner, historia och sin hembygd. De är stolta över vad de har uppnått och också det faktum att de alltid har lyckats leva inom sina ramar. De beundrar personer som har lyckats uppnå något då de har följt reglerna. Traditionalister noterar att klimatet förändras, men tycker det är svårt att tro att mänskligt beteende kan orsaka det. När de ombeds göra förändringar eller sluta med saker för att lindra klimatförändringen och spara energi blir de automatiskt oroliga och vill försvara det de redan har. De misstänker att klimatförändring bara används som en ursäkt för att få människor att göra mer och få mindre för det. Så med Traditionalister är det viktigt att poängtera att klimatförändring och energibesparing är deras problem då det kommer påverka alla aspekter av deras liv. Betona även att flera saker de redan gör är viktiga och att andra borde göra detsamma, t.ex. att semestra lokalt såväl som att stärka den lokala gemenskapen, vara sparsam med pengar (och energi) och att fokusera på att spara etc.	Uppåtsträvarens motto är att "jag vill vara bättre och jag vill att världen blir ett bättre ställe". Principer är väldigt viktiga för dem. De är inte så bekymrade över pengar eller ägodelar och väljer jobb och livsstil efter vad som bäst matchar deras etiska värderingar. För många Uppåtsträvarare är det viktigt att hitta en andlig dimension i livet. De är väl medvetna om problem i världen och är ibland pessimistiska inför framtiden. De tycker om att leva enkelt, men gillar även förändring om det medför en berikande erfarenhet. De tycker även om resor och mångfald och ser sig själva som globala medborgare. Uppåtsträvarens är de som med störst sannolikhet accepterar att klimatförändring sker och att saker måste göras för att lindra dess påverkan och anpassa till förändringen. De tycker även att de har ett moraliskt ansvar att göra något och visa vägen. För Uppåtsträvaren; betona att klimatförändring påverkar alla frågor de bryr sig om. Även att potentiella lösningar bidrar till att lösa andra problem (t.ex. att tilläggsisolera huset skapar både arbeten och minskar energibrist) och att ett koldioxidsnålt liv kan vara mer tillfredsställande.

¹⁰ Källa och ytterligare läsning: Marshall, G. (2007) Carbon detox: Your step-by-step guide to getting real about climate change. Octopus Publishing Group Ltd. UK.

Gör Miljökloka kontor intressant och roligt

Vi är mest motiverade att jobba gentemot saker vi tycker är intressanta och roliga. Så genom hela kampanjen är det viktigt att vara kreativ för att locka engagemang till Miljökloka kontor och för att hjälpa alla att ha roligt när de sparar energi. Ni behöver inte tänka på komplicerade saker, här är en lista för att ge er några idéer ni kan starta med:

- bjud på något gott att äta på era möten;
- titta på och diskutera intressanta filmer om miljöfrågor, klimatförändring och energibesparing (se Kapitel 11 för idéer);
- bjud in intressanta personer för att prata om klimatförändring och energibesparing (be Energikontor Sydost AB om hjälp med detta);
- organisera roliga aktiviteter och utmaningar relaterade till kampanjen:
 - cykla till jobbevenemang,
 - skjutsa dina kollegor,
 - delad frukost/lunch med energiteamet och dess anhängare,
 - gör er kontorsmiljö grönare genom att plantera blommor etc. tillsammans eller organisera frö-/plantbyten med era kollegor,
 - planera en grön och energieffektiv julfest för kontoret,
 - delta på ett lokalt samhällsevenemang och gör iordning en frågesport om energibesparing etc.

För att ha lite extra roligt kan ni fundera på att ha ett "tvilling"-energiteam och/eller -kontor i ett annat land som deltar i Miljökloka kontor. Ni kan utbyta idéer och erfarenheter, dela historier och kanske till och med ha virtuella möten. Du kan be Energikontor Sydost AB hjälpa dig med detta.

Sist men inte minst: grupper är viktiga

Glöm inte bort att använda er grupp och jobba som ett team! Det är mycket svårare att initiera och genomföra förändringar ensam, så jobba nära med ditt energiteam. Fundera på att ha något som identifierar ert team, till exempel ett märke som ni kan ha på er på jobbet, en skylt att sätta på skrivbordet eller dörren etc.

Varför är grupper viktiga? Forskning och analys av beteendeförändringsprogram visar att:



1. För att förändra beteende måste vi först kritiskt analysera vårt nuvarande beteende och existerande sociala normer, vilket är mycket enklare och mer givande att göra i grupper. Som exempel, vi måste tänka på vad vi menar med ett "bekvämt kontor" (t.ex. innebär det att ha 25 eller 20°C?), hur ett formellt brev ska se ut (t.ex. kan vi skriva ut det på återvunnet papper? kan vi använda båda sidorna på pappret?), hur det är acceptabelt att resa till jobbet, vilken typ av vatten vi dricker (t.ex. kranvatten eller flaskvatten?), etc. För att förändra beteende måste vi (1) först identifiera våra nuvarande vanor, (2) diskutera om de är energieffektiva eller inte och (3) etablera energieffektiva vanor. Därmed är det möjligt att modifiera våra konventioner, men för att göra det behövs enighet i gruppen.
2. Människor känner ofta att klimatförändring är en enorm utmaning och i jämförelse med den kan enskilda aktiviteter som att dra ner temperaturen eller att cykla till jobbet kännas små och meningslösa. Det är därför vi behöver se att vi inte är ensamma i våra ansträngningar och att andra också gör sin del.
3. Individer känner sig ofta hjälplösa när de ställs inför globala problem som klimatförändring. De är osäkra på vad de ska göra och dessutom låsta i existerande vanor och rutiner (t.ex. skriva ut på bara ena sidan av pappret). Däremot kan de i grupper diskutera nya sätt att göra det, dela erfarenheter såväl som tänka på grupplösningar för att etablera mer energieffektiva lösningar (t.ex. att ställa in dubbelsidig utskrift och lära anställda hur man ändrar till enkel utskrift när det krävs).

Så för en riktigt framgångsrik energieffektivitetskampanj är det bäst att jobba med grupper och använda många gruppbaserade aktiviteter, inte bara med ert energiteam utan även med era kollegor. I Kapitel 11 kan ni hitta ytterligare några idéer om grupputveckling och gruppbaserade metoder.



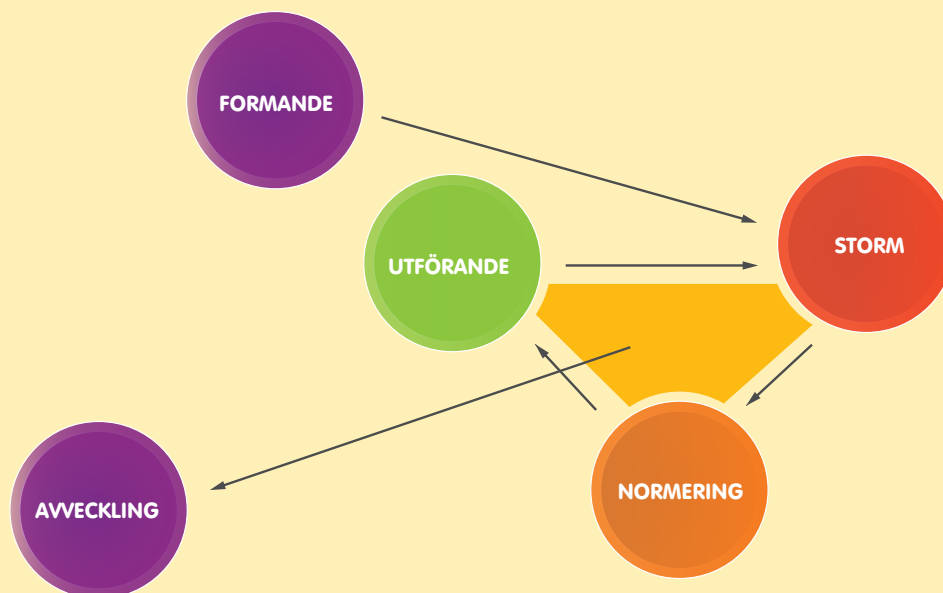
KAPITEL 8

LEDA GRUPPER

27

Det är viktigt att komma ihåg att grupper vanligen inte fungerar bra tillsammans till en början - och det kommer även stämma för ert energiteam och den större arbetsgrupp som ni kanske skapar runt energiteamet. Idéerna och tipsen nedan kommer hjälpa ert energiteam att bli en välfungerande grupp.

Gruppens dynamik och arbetskultur måste utvecklas och kräver arbete för att en samling individer ska bli ett välpresterande team. I den processen går grupper igenom specifika utvecklingsstadier som kallas FORMANDE-, STORM-, NORMERINGS-, UTFÖRANDE-, och AVECKLINGSFAS¹¹, där var och en karaktäriseras av olika beteenden hos gruppmedlemmarna.



Gruppens utvecklingsstadier
Källa: <http://garthholloway.com/2014/01/12/saving-the-team/>

FORMANDEFAS: I det här stadiet är det typiskt att gruppmedlemmarna visar sig från sin bästa sida, är entusiastiska att lära sig mer om gruppen och dess mål samt att lära känna varandra. Medlemmar är engagerade i att organisera gruppen och att etablera dess rutiner, t.ex. när och hur ofta den ska träffas.

Därmed är inte detta ett produktivt stadie ännu vad gäller att uppnå gruppens mål - det är viktigt att komma ihåg detta och inte bli stressad av det utan att lägga tillräckligt mycket tid på att skapa en trevlig och positiv gruppatmosfär.

¹¹ Den grupp-utvecklingsprocess som används i den här publikationen beskrevs först av psykologen Bruce Tuckman. Hans originalartiklar är tillgängliga på <http://www.freewebs.com/group-management/BruceTuckman%281%29.pdf> and http://web.mit.edu/curhan/www/docs/Articles/15341_Readings/Group_Dynamics/Tuckman_1965_Developmental_sequence_in_small_groups.pdf

Användbara aktiviteter för att stödja detta stadie (se Kapitel 5 för fler idéer):

- Lär känna alla i gruppen: dela information om arbets- och studiebakgrund, hobbies och färdigheter. Ett sätt att göra detta är att dela in gruppen i par som ännu inte känner varandra, men som kan berätta om sig själva för varandra. Sedan presenterar paren varandra för hela gruppen.
- Diskutera mål för gruppen;
- Klargör och dela allas förväntning på kampanjen och diskutera om de är relevanta eller måste modifieras;
- Diskutera och fastställ arbetsregler för gruppen: t.ex. hur ofta ni ska träffas, hur ni ska kommunicera, hur ni ska dela uppgifter och ansvar, etc.

För att underlätta att en trevlig gruppatmosfär skapas och att alla lär känna varandra kan ni göra följande:

- se till att sitta på ett sätt där alla kan se varandra på möten, t.ex. arrangera stolarna i en cirkel eller runt ett bord;
- man tenderar att sitta på samma ställe när man träffar samma grupp, vilket kan resultera i mindre flexibla strukturer och relationer. För att undvika det, variera placeringen t.ex. genom att lägga kort med namn på stolarna innan mötet och be alla sitta där deras namn är.

STORMFAS: Detta stadie uppstår då tillräckligt förtroende har uppstått och gruppmedlemmar har lärt känna varandra tillräckligt väl för att börja utmana både gruppen och varandra. Därför är det väldigt viktigt att vara tålmodig och tolerant samt att betona dessa värderingar i gruppen. I det här stadiet agerar gruppmedlemmarna fortfarande mer som individer än medlemmar i gruppen.

Aktiviteter som kan hjälpa er grupp genom detta stadie:

- studera grupputvecklingsprocessen tillsammans eller bjud in en erfaren gruppstödare som förklarar för er: det kan hjälpa er alla att förstå och uppskatta vad ni går igenom och se att framtiden kommer bli bättre;

- se till att diskutera olikheter i åsikter och angreppssätt samt lägg tid på att verkligen förstå varandras perspektiv;
- som en övning, välj en speciell uppgift (t.ex. dela besparingstips med alla era kollegor) och diskutera era olika sätt att angripa denna uppgift samt fördelarna och nackdelarna med att göra den på era olika sätt. Det kan hjälpa er förstå varandras sätt att jobba såväl som att ge användbar kunskap.

NORMERINGSFAS: Det är här gruppen lyckas besluta om sina mål och fokusera på dem. En aktivitets- och handlingsplan som accepteras av alla medlemmar skapas och uppgifter och ansvar fördelas. För att gruppen ska lyckas ger vissa medlemmar upp sina egna idéer och åsiktsskiljaktigheter tas inte alltid upp för att undvika konflikter. Alla gruppmedlemmar tar ansvar för att uppnå grupp mål.

I det här stadiet kan det vara bra att göra en teambuildingaktivitet tillsammans t.ex. en vandringstur, laga mat tillsammans eller ha ett knytkalas, delta i en utmaning tillsammans etc.



UTFÖRANDEFAS: Det är här gruppen lyckas besluta om sina mål och fokusera på dem. En aktivitets- och handlingsplan som accepteras av alla medlemmar skapas och uppgifter och ansvar fördelas. För att gruppen ska lyckas ger vissa medlemmar upp sina egna idéer och åsiktsskiljaktigheter tas inte alltid upp för att undvika konflikter. Alla gruppmedlemmar tar ansvar för att uppnå grupp mål.

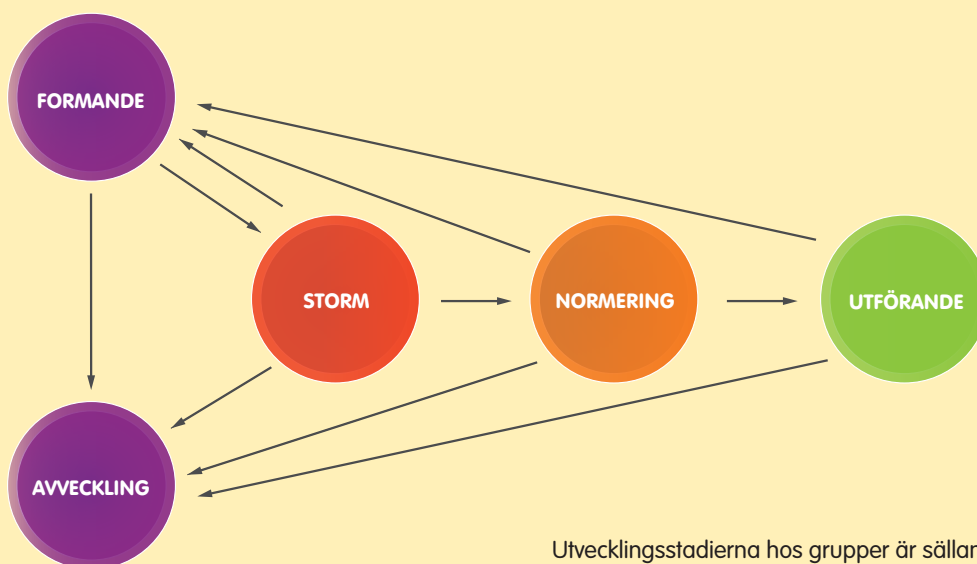
Under det här stadiet är det fortfarande viktigt att bevara gruppen, se till att alla känner sig involverade och inkluderade samt har roligt. Därmed är regelbundna möten viktiga. För ytterligare idéer för motivation och att ha roligt, se Kapitel 7.

Då tävlingen är lång kan det hända att er grupp, alltså energiteamet, får nya medlemmar. Om så sker, se till att gå tillbaka till några av aktiviteterna vi föreslog för formerandefasen. Det är viktigt att nya medlemmar lär känna er och att alla i gruppen även lär känna dem! Likaså är det viktigt att nya medlemmar bekantar sig med målen såväl som gruppens arbetsstrukturer.

AVVECKLINGSFAS: Det här är stadiet då gruppens liv avslutas för att dess mål har uppnåtts, d.v.s. i fallet kampanjen Miljökloka kontor att kampanjen har avslutats! Det är viktigt att markera detta tillfälle, utvärdera gruppens liv och arbete samt fira resultaten.

Det är möjligt att gruppmedlemmar kommer jobba tillsammans igen - eller kanske till och med behåller gruppen med omdefinierade mål för en fortsättning på kampanjen Miljökloka kontor och utveckla energibesparing och göra kontoret ännu grönare. Det är viktigt att ändå avsluta tävlingsåret med en positiv känsla. Se dessutom till att göra någon typ av utvärdering, om möjligt med er högsta ledning för att utvärdera vad som har fungerat bra, vad som inte har fungerat så bra och skulle kunna förbättras, hur ni skulle kunna fortsätta spara och bli ännu mer bättre.

Slutligen är det viktigt att komma ihåg att grupputvecklingsprocessen sällan är så linjär som den beskrevs här. Som antyds redan i figuren ovan återvänder grupper ofta till några av stadierna. Till exempel, när ni ställs inför en ny uppgift eller en speciell svårighet under utmaningen Miljökloka kontor, om någon måste lämna gruppen eller går med i den, kan ni upptäcka att ni återvänder till storm- eller normeringsfasen. Det är naturligt, men det är nyttigt att vara medveten om det och använda några av aktiviteterna vi föreslog ovan.



Utvecklingsstadierna hos grupper är sällan linjära.
Källa: <http://www.shift-it-coach.com/2012/12/the-joys-and-challenges-of-group-dynamics/>

Ytterligare användbar kunskap och tips:

- http://www.mindtools.com/pages/article/newLDR_86.htm
- <http://www.shift-it-coach.com/2012/12/the-joys-and-challenges-of-group-dynamics/>



KAPITEL 9

GODA EXEMPEL FRÅN ANDRA ENERGIBESPARINGSKAMPANJER

30

Ui har samlat in de senaste årens mest framgångsrika europeiska eller europabaserade energibesparingsprojekten som fokuserade på kontor. Vi kan alla lära oss mycket av innovativa sparidéerna som användes i dessa kampanjer och även av resultaten som bevisar hur effektiva dessa initiativ kan vara.

KAMPANJENS NAMN:	ENERGY TROPHY 
När och var organiserades det?	Den första omgången lanserades 2004/2005 med 38 deltagande företag och institutioner från sex länder. Den andra omgången av Energy Trophy®+tävlingen ägde rum 2007/2008 (projektid 2006-2009) i 17 länder med 158 företag och institutioner.
Kort sammanfattning:	Energi Trophy var ett program som omfattade hela EU och delfinansierades av europeiska kommissionens program Intelligent Energy Europe. Kampanjen var utformat som en tävling för energibesparing genom förändring av de anställdas beteende, t.ex. att släcka, sänka värmen eller att slå av skärmar och datorer vid arbetsdagens slut. Kontorsbyggnader hos företag och offentlig sektor deltog. Billiga investeringar var också tillåtna. Energy Trophy fokuserade också på kostnadsbesparingar för att öka deltagandet och CO2-minskningen. Projektet uppnådde energibesparingar (10,8% energi sparades) motsvarande 17,8 GWh och en minskning på 9000 ton CO2-utsläpp och kostnadsbesparingar på ca 1,4 miljoner € under ett år och en ökad medvetenhet (informationskampanjer genomfördes för nästan 25 000 anställda).
Energibesparande exempel:	Biblioteket Silistra i Bulgarien vann två guld i tävlingen för en fenomenal informations- och motivationskampanj och för störst energibesparing i kategorin > 219 kWh/m² per år. Biblioteket lyckades spara 29 % av sin energianvändning genom att fokusera på utbildning av anställda och att motivera personalen att aktivt spara energi. I en annan kategori lyckades en fransk kommun minska energianvändningen med 42% med hjälp av enkla åtgärder som att ta bort överflödigt belysning, att inskaffa grendosor med strömbrytare för all elektrisk utrustning och en kampanj för att informera anställda om energibesparing var bland framgångsfaktorerna. I Sverige var Växjö Universitet, Växjö kommun och COOP Sweden bäst på energibesparingar och Tranås Energi vann kategorin bästa motiveringskampanjen.
Intressanta tips:	På grund av kampanjens prestationsbaserade natur var tävlingens övergripande framgång beroende av deltagarnas engagemang. Genom att länka energianvändning till frågor om miljöhänsyn och kostnadsbesparingar kunde deltagare välja vad som motiverade dem, från att förbättra företagets sociala image till att helt enkelt spara pengar. Programmet designades avsiktligt för att vara en rolig uppgift. Genom att uppmuntra anställda att tävla för ett specifikt mål skapade det en trevlig atmosfär på kontoret och framstod mer som en lek än en krav.
Slutsats:	Välj rätt instrument för att påverka beteende i rätt situation. https://ec.europa.eu/energy/intelligent/projects/sites/iee-projects/files/projects/documents/energy_trophy_promoting_energy_saving_behaviour_en.pdf



KAMPAJENS NAMN:	ENERGY TROPHY
Ytterligare information:	http://www.energychange.info/casestudies/165-case-study-8-energy-trophy-programme https://ec.europa.eu/energy/intelligent/projects/en/projects/energy-trophy Final summary report of the project: https://ec.europa.eu/energy/intelligent/projects/sites/iee-projects/files/projects/documents/energy_trophy_final_summary_report_en.pdf

KAMPAJENS NAMN:	EUROPEAN GREEN OFFICE
	
När organiserades det?	Det treåriga projektet startade den första januari 2011.
Var organiserades det?	Det var sju projektpartners från sex länder (Ungern, Belgien, Bulgarien, Estland, Rumänien och Slovenien).
Kort sammanfattning:	Kampanjen fokuserade på standarder för gröna kontor, beräkningsverktyg för kontors hållbara fotavtryck och på att bygga ett europeiskt nätverk för gröna kontor. Projektets viktigaste mål var att • utveckla standardiserade riktlinjer för gröna kontor och beräkningsverktyg för kontors ekologiska fotavtryck inom EU. • öka de anställdas kunskaper. Viktigaste resultaten från projektet: • Utbildningspaket för yrkesverksamma inom gröna kontor. • Tryckt material och verktygslåda för företagsutbildningar. • Europeisk version av beräkningsverktyg för kontors ekologiska fotavtryck. • Europeiska Green Office-standarder. • Tävlingen EU Green Office.
Energibesparande exempel:	En kreativ lösning från AS Starman, Estland som installerade ett kylsystem för kontors- och serverrum. De använder överskottsvärmen från kylsystemet för att värma byggnadens varmvatten- och värmesystem. Kylsystemet genererar 98% av uppvärmningsbehovet.
Intressanta tips:	Några av de mer intressanta idéerna var: användning av naturligt ljus (takfönster), skapa ett cykelparkeringsområde, grönt sammanträdesrum, stort engagemang hos anställda, miljömässigt omformat kök, "inga utskrifter-dag", ekologisk förslagslåda på kontoret etc.
Användbara verktyg	Handbok Gröna kontor http://eugreenoffice.eu/handbook Virtuellt inlärningsystem http://eugreenoffice.eu/virtual_office Checklista Green Office http://eugreenoffice.eu/checklist Beräkningsverktyg för kontors ekologiska fotavtryck http://eugreenoffice.eu/eco_footprint_calculator Goda exempel från Green Offices http://www.eugreenoffice.eu/good_practices_from_green_offices
Ytterligare information:	http://www.eugreenoffice.eu/

KAMPAJENS NAMN:	WWF GREEN OFFICE 
När organiserades det?	Programmet har varit igång sedan 2003, föregånget av en pilotfas (1999-2002).
Var organiserades det?	Nätverket Green Office i Finland består av 168 organisationer och 447 kontor. Förutom Finland finns Green Office-kontor i 12 andra länder i världen (juni 2015).
Kort sammanfattning:	Programmet Green Office sköts av WWF:s Finland. Programmets mål är att erbjuda kontor ett förenklat miljölednings- och certifieringssystem med speciellt fokus på utsläpp av växthusgaser. Det yttersta målet är att bekämpa klimatförändringar genom energieffektivitet och förnybar energi, att minska användningen av naturresurser och att stödja hållbara livsstilar genom ökad medvetenhet hos de anställda. Green Office är en miljöservice med en avgift som betalas av målgruppen, som deltar frivilligt i programmet. Avgifterna används för att stödja WWF:s naturvårdsarbete.
Energibesparande exempel:	Energibesparing och påminnelser- Unilever, Pakistan, WWF:s Green Office fallstudie 2013 För att minska energianvändningen optimerades det centrala luftkonditioneringssystemet, vilket minskade kylsystemets tomgång. Halogenlampor ersattes med energibesparande ljuskällor och en medvetenhetskampanj fokuserade på påminnelser att släcka när man lämnar ett rum. Genom dessa Green Office-åtgärder förbrukade huvudkontoret 24% mindre energi 2012 jämfört med 2011. http://www.en.bestpractices.wwf.fi/en/energy-saving-reminders-unilever-pakistan Metropolia tämjer elkonsumtion - WWF:s Green Office fallstudie 2013 Green Office-teamet engagerade sig mycket i samarbete med IT-avdelningen och bjöd även in en representant från IT-avdelningen att gå med i teamet. Speciell uppmärksamhet ägnades åt datorers energisparinställningar. När datasystemet uppdaterades introducerades det nya centraliserade energibesparande och övervakande verktyget för arbetsstationer. Personalen fick speciella instruktioner per e-post att stänga av datorer och skärmar. Skyltar placerades ovanför strömbrytarna för att påminna personal att släcka efter sig. http://www.en.bestpractices.wwf.fi/en/electricity-consumption-mitigation-metropolia-university-applied-sciences
Användbara verktyg:	Klimaträknare: http://www.climatecalculator.net/en WWF konsumentvaneundersökning http://goquestionnaire.wwf.fi/survey/index.php?sid=34985&lang=en Goda exempel Green Office http://www.en.bestpractices.wwf.fi/en
Ytterligare information:	http://wwf.fi/en/green-office/ http://www.energychange.info/casestudies/162-case-study-4-green-office-programme

KAMPAJENS NAMN:	SLÄCK EFTER DIG! OCH SPARKRAFT FÖRETAG OCH FASTIGHETER  
När organiserades det?	Programmet pågick under perioden 2000-2004
Var organiserades det?	Släck efter dig! och SparKraft genomfördes i stor skala i hela södra Sverige, av Energikontoren Skåne, Halland och Sydost under koordinering av Delegationen för Energiförsörjning i Sydsverige (DESS).
Kort sammanfattning:	Kampanjen "Släck efter dig!" var en brett upplagd energispar kampanj som vände sig till allmänheten i de 67 sydligaste kommunerna, vilket omfattade cirka 2 miljoner människor. Ett stort kampanjmaterial togs fram; broschyrer, vykort, hemsidor och skolmaterial, delar av skolmaterialet används fortfarande. Studieförbunden samverkade genom att starta energisparcirklar och de 1000 först startade cirkarna fick en bonus för att komma igång. Den breda kampanjen kompletterades på en satsning på företag och fastigheter där hundratals organisationer besöktes för konkreta energiråd där en rad goda exempel insamlades. Slutligen genomfördes en utbildningssatsning på byggsektorn med korta informationsmöte. Mötena följdes upp med fördjupningskurser som gett kunskaper om energieffektiv nybyggnation, ombyggnation och förvaltning.
Energibesparande exempel:	Stäng cirkulationspumpen sommartid. Spar värme och el! Cirkulationspumpen i värmesystemet går ofta oavsett om det behövs eller inte. För att minska värmeförlusterna kan den stängas under sommarmånaderna. En viss elbesparing blir också resultatet av åtgärden. För att inte pumphjulet ska rosta fast och packningar torka ut, bör pumpen startas med jämna mellanrum under sommaren, per automatik eller manuellt. Montera perlatorer på befintliga blandare vid tvättställ och diskho Perlatorer monteras i blandarens utloppspip. De minskar vattenflödet men ger fortsatt god blötningseffekt, genom att blanda in luft i vattenstrålen. Samtidigt som den totala vattenanvändningen minskar, minskar behovet av energi för uppvärmning av varmvatten. Perlatorer finns också med kulle. Montering av perlator med kulle på köksblandare gör att åtgärden också upplevs komforthöjande av användarna. Kostnaden för en perlator är låg och åtgärden betalar sig snabbt.
Användbara verktyg:	http://www.klimatkontot.se/ http://www.energiradgivningen.se/foretag
Ytterligare information:	http://www.energieffektiv.com/material/rad-for-energieffektivisering-inom-kontor/ http://www.enkoping.se/files/pdf/politik/Sa%20har%20blir%20du%20energismart%20(2014-09-17).pdf



KAPITEL 10

EFTER MILJÖKLOKA KONTOR

34

Vad händer efter tävlingen?

Trots att offentliganställda i de olika deltagande byggnaderna kommer att ha lagt manken till under tävlingen bör inte energibesparingsansträngningarna avslutas i mars 2017. Det finns massor av områden vi kan fortsätta med och till och med förbättra, så i det här kapitlet listas några idéer som energiteamet och byggnaderna kan göra efter kampanjen.

Till att börja med är det nyttigt att utvärdera vad som hände under tävlingsåret för att avgöra kampanjens framgångsfaktorer och eventuella misslyckanden i er byggnad. Detta kommer ske genom en utvärderingsmall som utgör den andra delen av tävlingen Miljökloka kontor ('Bäst genomförda kampanj'), så den görs relativt enkelt.

Baserat på resultaten av utvärderingen kan ytterligare handlingsplaner tas fram för att fortsätta energieffektivitetskampanjen på just er arbetsplats. Dessa planer kan vara nyckeln till er kampanjs hållbarhet. Nedan listas idéer och initiativ "utanför boxen" som kan eftersträvas i varje byggnad – om de inte redan har gjorts – och listan är bara en indikation av vad som kan göras:

- **Investera i energibesparing:** Nu när kampanjen är avslutad är det tillåtet att genomföra storskaliga energieffektivitetsinvesteringar såsom isolering av väggar, att byta fönster eller installera bättre uppvärmnings- och belysningsystem. Investeringar i förnybara energikällor är tillåtna även under tävlingen och uppmuntras om er organisation vill prioritera dem. Vid intresse rekommenderar vi att fristående energieffektiviseringsföretag eller ett energitjänsteföretag konsulteras innan investeringen om expertisen saknas internt.
- **Spara energi hemma:** En kampanj kan initieras där offentliganställda uppmuntras att fortsätta hemma med det de redan gjorde under kampanjen Miljökloka kontor. Det finns flera nationella och internationella verktyg och kampanjer för att hjälpa er inom det området (räknare på nätet för energianvändning, räknare för koldioxid eller ekologiska fotavtryck etc.) t.ex: smergy.se/
- **Flytta till andra hållbarhetsområden:** De byggnader och kommuner som har kommit långt med att bekämpa överkonsumtion av energi uppmuntras även att ta sig an andra utmaningar för att gynna hållbarhet inom andra områden såsom:
 - grön upphandling (se fler detaljer nedan);
 - konsumera endast så mycket resurser som vi verkligen behöver (spara resurser till framtida generationer och inte bara för att spara pengar åt oss själva);
 - sociala aspekter - stödja social rättvisa genom rättvis handel och/eller socialt ansvarstagande produkter och tjänster - INTE enbart i offentliga upphandlingar utan även vid små kvantiteter (<http://ec.europa.eu/social/mainp?langId=en&catId=89&newsId=978&furtherNews>).
- **Grön upphandling:** I vissa fall är det redan reglerat via europeiska och nationella lagar, men det finns fortfarande områden till vilka vi kan utvidga och tillämpa miljö-, hållbarhets- och rättvisa handelsprinciper i våra upphandlingsförfaranden. För ytterligare information kan du läsa här <http://gpp-proca.eu>, http://ec.europa.eu/environment/gpp/index_en.htm

Vad händer med våra energibesparingar?

Att ändra våra energianvändarvanor är en av de allra svåraste uppgifterna. Det är mycket enklare att isolera väggarna, byta ut varmvattenberedaren eller fönstren, då dessa åtgärder leder till omedelbara energibesparingar - naturligtvis behöver vi göra dem också -, men om vi inte dessutom jobbar med våra vanor och attityder kan dessa besparingar lätt försvinna. Den tekniska utvecklingen och beteendeförändringen – borde fortskrida hand i hand.

Låt oss undvika bakslag! Bakslag kan uppstå när några av era besparingar från energieffektivisering upphävs av förändringar i ert beteende. På individuell nivå kan det vara **direkt** (öka värmen i en nyligen isolerad byggnad) eller **indirekt** (lägga de pengar du sparat på räkningar på en flygresa någonstans du inte hade planerat att åka på förhand)¹². Så ni bör verkligen vara uppmärksamma på denna fråga – att inte nollställa era besparingar på grund av bakslag – när ni tar fram en fortsättning på Miljökloka kontor.



¹² <http://www.theguardian.com/environment/blog/2011/feb/22/rebound-effect-climate-change> (14-08-2015)



KAPITEL 11

KÄLLOR

36

KÄLLOR SOM ANVÄNTS FÖR ATT TA FRAM HANDBOKEN

Antal, O., Vadovics E. (2005) Zöld iroda kézikönyv. [Green Office-handbok]. KÖVET-INEM Hungária, HU

Europeiska miljöbyrå (EEA) (2013) Achieving energy efficiency through behaviour change: what does it take? Köpenhamn, Danmark. 52 s. Tillgänglig från: <http://www.eea.europa.eu/publications/achieving-energy-efficiency-through-behaviour>

Heiskanen, E., Johnson, M., Robinson, S., Vadovics, E., Saastamoinen, M. (2010) Low-carbon communities as a context for individual behavioural change. Energy Policy 38: 7586-7595. (En version av denna avhandling är tillgänglig från: <http://unipub.lib.uni-corvinus.hu/222/1/suscon2009proceedings.pdf>, s. 116-134.)

Hopkins, R. (2008) The Transition Handbook, From oil dependency to local resilience. Green Books Ltd.

IPCC (2007) Climate Change 2007: Synthesis Report. Tillgänglig från: http://www.ipcc.ch/publications_and_data/publications_and_data_reports.shtml

Jackson, T. (2005). Motivating sustainable consumption- A review of models of consumer behaviour and behavioural change. En rapport till Sustainable Development Research Network. London, GB. Tillgänglig från: http://www.sustainablelifestyles.ac.uk/sites/default/files/motivating_sc_final.pdf

Marshall, G. (2007) Carbon detox: Your step-by-step guide to getting real about climate change. Octopus Publishing Group Ltd. GB.

Moloney, S. Horne, R E. och Fien J. (2010) Transitioning to Low Carbon Communities – From Behaviour Change to Systemic Change: Lessons from Australia, Energy Policy 38: 7614-7623. Tillgänglig från: <https://researchbank.rmit.edu.au/view/rmit:5869/n2006016057.pdf>

Putt del Pino, S., Bhatia, P. (2002) Working 9 to 5 on Climate Change: An Office Guide, World Resources Institute. Tillgänglig från: http://www.wri.org/sites/default/files/pdf/wri_co2guide.pdf

The Carbon Trust (2013) Creating an Awareness Campaign. The Carbon Trust, GB. Tillgänglig från: https://www.carbontrust.com/media/13089/ctg056_creating_an_awareness_campaign.pdf

Vadovics, E., Antal, O. (2011) Klímabarát háztartásoktól a klímabarát közösségekig – útmutató szervezőknek. [From Low-Carbon Households to Low-Carbon Communities – a Guide for Organizers] GreenDependent Sustainable Solutions Association, HU. Tillgänglig från: http://kislabsnyom.hu/sites/default/files/letoli/koordinator_utmutoitii_web.pdf

Hemsidor:

Göra praktiska saker för att bekämpa klimatförändring: <http://www.celsias.com>

Gruppdynamik, etapper i grupputveckling:

http://www.mindtools.com/pages/article/newLDR_86.htm

<http://www.shift-it-coach.com/2012/12/the-joys-and-challenges-of-group-dynamics/>

YTTERLIGARE KÄLLOR

Gröna ledningssystem för offentlig sektor:

Borgmästaravtalet: http://www.covenantofmayors.eu/index_en.html

Energy Cities: <http://www.energy-cities.eu/>

ICLEI, Local Governments for Sustainability: <http://www.iclei.org/>

Resilient Cities series, Annual Global Forum on Urban Resilience & Adaptation: <http://resilient-cities.iclei.org/>

100 Resilient Cities: <http://www.100resilientcities.org/>

Energispartips för hemmet: <http://www.elskling.se/energispartips/>

Beräkna kontorselen: <http://iis.energiradgivningen.se/misc/www/kalkyler/kontorsel/kontorsel.aspx>

Beräkna energianvändningen hemma: <http://energikalkylen.energimyndigheten.se/>

Smarta energispartips: <http://smergy.se/>

Tips och råd för gröna och energieffektiva kontorsprogram

10 tips för en energieffektiv arbetsplats: <http://www.eonenergy.com/for-your-business/small-to-medium-energy-users/saving-energy/business-energy-saving-guide>

Välja rätt instrument för att påverka beteende: <http://www.energikontorsydost.se/l/projekt/4688>

Norrköping Gröna kontor: <http://www.norrkoping.se/organisation/valfard/gronaverk/gront-kontor/>

Handbok Green Office <http://eugreenoffice.eu/handbook>

Resebesparande mötesplanerare: http://reseplanerare.norrlandsresan.se/bin/query.exe/sn?L=vs_norrlandsresan&application=MEETINGFINDER&

MECHanisms – Make Energy Change Happen Toolkit: <http://mechanisms.energychange.info/home>

Nattvandringar för att identifiera slösaktiga vanor: <http://www.night-hawks.eu/sweden/nattvandringar/>

Femtio nyanser av grönt – en ekologisk eventguide: <http://academy.lyyti.com/se/miljovanliga-event-2015>

Femtio nyanser av grönt – en ekologisk eventguide: <http://academy.lyyti.com/se/miljovanliga-event-2015>

Putt del Pino, S., Bhatia, P. (2002) Working 9 to 5 on Climate Change: An Office Guide, World Resources Institute. Tillgänglig från: http://www.wri.org/sites/default/files/pdf/wri_co2guide.pdf

Spara energi. Save @ Municipalities: <http://www.nhsaves.com/save-municipalities/>

Tips till kontor: www.orebroklimatearena.se/klimatearena/index.asp?npagid=1209

Bra information om belysning: smartbelysning.nu/

Verktyg för utvärdering av utgångsläget och utvärdering samt för att leda program

Miljökartläggningsverktyg: <http://www.ecotoolkit.eu/ecomapping.php>

Checklistor för kontor tillgängliga på olika språk: <http://www.eugreenoffice.eu/checklista>

Projektet DEEP (Dissemination of Energy Efficiency Measures in the Public Buildings Sector), självutvärderings- och upphandlingsverktyg: <http://deep.iclei-europe.org/index.php?id=75>

EMAS Easy – Miljöledningssystem för små och medelstora bolag: <http://www.emas-easy.eu/>

Virtuellt inlärningsystem: http://eugreenoffice.eu/virtual_office

Goda exempel WWF:s Green Office <http://www.en.bestpractices.wwf.fi/en>

WWF:s konsumentvaneundersökning <http://goquestionnaire.wwf.fi/survey/index.php?sid=34985&lang=en>

Grupputvecklingsmetoder, metoder för arbete med grupper:

Open Space: <http://openspaceworld.org/wp2/>, http://www.openspaceworld.com/users_guide.htm

World Café: <http://www.theworldcafe.com/>

Fishbowl-teknik: https://en.wikipedia.org/wiki/Fishbowl_%28conversation%29 och <http://transitionculture.org/2008/04/04/12-tools-for-transition-no12-how-to-run-a-fishbowl-discussion/>

Verktyg nätverket omställningsstäder: <https://www.transitionnetwork.org/support/12-ingredients>

Beräkningsverktyg

Carbonfund.org:s verksamhetsräknare: <https://www.carbonfund.org/business-calculator>

CoolClimate Network:s verksamhetsräknare: <http://coolclimate.berkeley.edu/business-calculator>

Ekologisk fotavtrycksräknare för kontor: http://www.eugreenoffice.eu/eco_footprint_calculator

Ecopassenger, räknaren som jämför olika transportsätt: <http://www.ecopassenger.org/>

Kontorets fotavtrycksräknare: <http://www.thegreenoffice.com/carboncalculator/calculator/>

WWF:s klimaträknare <http://www.climatecalculator.net/en>

Beräkna kontorets klimatbelastning: www.vattenfall.se/sv/foretag-energiraknaren-kontor.htm

Miljömärkningar

Ecolabel Index: <http://www.ecolabelindex.com/ecolabels/>

EU Ecolabel: <http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/>

EU energimärkning: <http://www.newenergylabel.com/index.php/start/>

EU märkning av organiska produkter: http://ec.europa.eu/agriculture/organic/index_en.htm

Fairtrade: <http://www.fairtrade.net/>

Kortfilmer

Filmer EnergyNeighbourhoods: http://www.energyneighbourhoods.eu/en_uk/film-competition

Blue Man Group om klimatförändring: https://www.youtube.com/watch?v=eKBI_N3g6ro

Isbjörn pratar om ansvar för klimatförändring: <https://www.youtube.com/watch?v=EDIP71Lviys>

Planerat åldrande: <https://www.youtube.com/watch?v=vfbf3oxf-E>

Tainted tin: den dödliga kostnaden för smarta telefoner: http://www.youtube.com/watch?v=sWepnneC4FY&feature=player_embedded

Videos The Story of Stuff Project: <https://www.youtube.com/user/storyofstuffproject>

Projektet Story of Stuff ändrar sättet vi gör, använder och slänger saker så vi får en gladare och hälsosammare planet.

There's No Tomorrow: <https://www.youtube.com/watch?v=VOMWzjrIBg&feature=youtu.be>

5 bästa tipsen för att spara energi på ert kontor: https://www.youtube.com/watch?v=jVYw7_cg378

Vampyrenergi (GOOD Magazine) <https://www.youtube.com/watch?v=zgZfry82LC4>

Långfilmer

The Age of Stupid av Franny Armstrong, 92 minuter (2009): <https://www.youtube.com/watch?v=ScTvxtNSY4>

En obekväm sanning av Davis Guggenheim, 100 minuter (2006): <http://www.climatecrisis.net>

In Transition 2.0: a story of resilience and hope in extraordinary times, 50 minuter (2012): <https://www.youtube.com/watch?v=FFQFBmq7X84>

Home av Yann Arthus-Bertrand, 93 minuter (2009): <https://www.youtube.com/watch?v=jqxENMKaeCU>

The End of Suburbia av Gregory Greene, 52 minuter (2004): <https://www.youtube.com/watch?v=Q3uvzcY2Xug>

De tio bästa filmerna som stödjer förändring, i urval av Transition initiatives: <http://transitionculture.org/2012/12/05/the-top-ten-films-as-chosen-by-transition-initiatives/>

Disruption av Kelly Nyks & Jared P. Scott, 52 minuter (2014):

<https://www.youtube.com/watch?v=ktgEzXZDtmc&index=2&list=PLe3QITdGq2gabsZ9eYHB9PZsWgzGvozOz>

Musik

Klimatsånger: <http://www.climatesongs.com/>

8 bästa sångerna om klimatförändring: <http://music.tutsplus.com/articles/top-8-songs-about-climate-change--audio-2734>

BILAGA

Det här är ett exempel på ett frågeformulär till dina kollegor i början av kampanjen för att mäta nivån på deras medvetenhet och kunskap.

Besvara följande frågor genom att gradera i vilken utsträckning påståendet är sant.

1 = Inte alls; 5 = I stor utsträckning

1. Vårt kontor gör sitt bästa för att spara energi genom våra val av belysning.
☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
2. Vi använder mycket naturligt ljus.
☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
3. Vi försöker spara så mycket energi som möjligt med våra uppvärmnings- och kylmetoder.
☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
4. Vi är uppmärksamma på vår användning av varmvatten och försöker minska vår förbrukning.
☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
5. Vi är väldigt ambitiösa vad gäller energianvändningen för våra datorer och annan elektrisk kontorsutrustning och gör vårt bästa för att minimera elanvändning och stand-by-förbrukning.
☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
6. Vi har strikta regler kring utskrifter och kopiering för att undvika onödig användning och ytterligare öka vår energibesparing.
☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
7. Kontorets kök är också ett bra ställe att praktisera vår energimedvetenhet - vi försöker säkerställa att utrustningen används effektivt.
☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
8. Vi använder förnybar energi i våra kontor.
☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
9. När vi organiserar ett evenemang lägger vi stor vikt vid arrangemangets gröna och energibesparande aspekter.
☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
10. Vår lednings energimedvetenhet är mycket stor.
☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
11. Vår personals energimedvetenhet är mycket stor.
☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
12. På det stora hela är vår arbetsmiljö grön och energieffektiv.
☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
13. Enligt min mening skulle vi spara mest energi genom att (förklara var och hur kontoret skulle kunna spara mest genom ändrat beteende):

.....
.....
.....

PARTNERS



B.&S.U. Beratungs- und Service-Gesellschaft
Umwelt mbH
www.bsu-berlin.de
Tyskland
Koordinator



Grazer ENERGIEAgentur GmbH
grazer-ea.at
Österreich



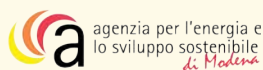
Arbeit & Milieu VZW
www.a-m.be
Belgien



Prioriterre
prioriterre.org
Frankrike



GreenDependent Institute
greendependent.org
Ungern



Agenzia per l'Energia e lo Sviluppo
Sostenibile di Modena - AECS
www.aess-modena.it
Italien



Ekodoma
www.ekodoma.lv
Lettland



Energikontor Sydost AB
energikontorsydost.se
Sverige



Severn Wye Energy Agency
severnwyenergy.org.uk
Storbritannien



MILJÖKLOKA KONTOR

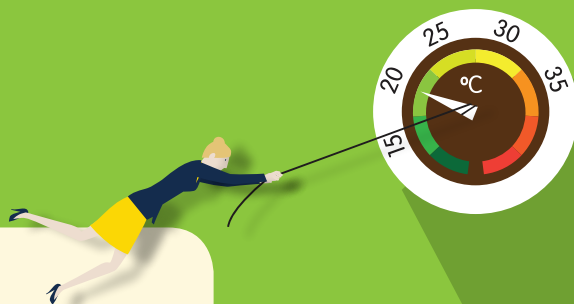
Projektledare: Lena Eckerberg

Energikontor Sydost AB

Hantverksgatan 15 / 572 55 Oskarshamn

Epost: info@miljoklokakontor.se

Telefon: 0734-40 82 75



MILJÖKLOKA
KONTOR