

BLI ETT MILJÖKLOKT KONTOR



Det här projektet har finansierats av Europeiska Unionens Horisont 2020 research- och innovationsprogram med avtalsnummer 649660



MILJÖLOKA
KONTOR

VARFÖR MILJÖKLOKA KONTOR?

Vi vet att vi måste hantera klimatiförändringar och minska våra koldioxidutsläpp - frågan är ofta hur. Europeiska rådet antog 2014 en reviderad serie av ambitiösa energi- och klimatmål för 2030...



Minska

utsläppen av växthusgaser med 40 %
(mot nivå år 1990)



Öka

andelen förnybar
energi till 27 %



Öka

energieffektiviseringen med
27 %

EU-kommissionens 2020-dokument *"En strategi för hållbar och trygg energiförsörjning på en konkurrensutsatt marknad"** slår fast att "Särskild uppmärksamhet bör riktas på de sektorer som har störst potential för energieffektivitetsvinster, nämligen det befintliga byggnadsbeståndet". De pekar på vikten av att den offentliga sektorn agerar som ett föredöme samt att konsumenterna måste bli mer proaktiva för att minska sin energianvändning.

För att uppnå dessa mål menar EU-kommissionen att regionala och lokala myndigheter spelar en avgörande roll att som stor fastighetsägare genomföra nödvändig energipolitik och bana vägen och agera som ett föredöme för andra sektorer.

Under åren som gått sedan energieffektivitetsmålen först introducerades har en mängd initiativ utvecklats som är inriktade på att hjälpa invånare att minska sin energianvändning, t.ex. energi- och klimatrådgivning i samtliga kommuner i Sverige, Klimatklivet, energieffektiviseringsstödet till

kommuner och landsting, etc. Flera länder har infört olika stöd och bestämmelser för att både uppmuntra och tvinga företag och offentliga myndigheter att minska sin energianvändning t.ex. lagen om energikartläggning i stora företag, energimärkningsdirektivet, ekodesigndirektivet etc.

Miljöklora kontor-initiativet fokuserar istället på värdet av **beteendeförändringar för att främja energieffektivisering**. Det handlar om att samla personal och undervisa, inspirera, underlätta och uppmuntra dem hur man kan minska energianvändningen i byggnader genom att göra små förändringar i hur man använder energi på arbetsplatsen - det handlar inte om att investera i dyr teknik – det handlar oftast helt enkelt om att skapa medvetenhet, kunskap och att skaffa sig nya vanor.

Den offentliga sektorn är en stor arbetsgivare och är ofta i framkant vad gäller klimatinitiativ. Genom att bygga på målet att vara en förebild, riktar Miljöklora kontor in sig på den för att demonstrera vad det innebär att vara en klimatmedveten organisation och arbetsgivare.

*<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/SV/TXT/PDF/?uri=CELEX:52010DC0639&from=SV>

Under den årslånga kampanjperioden pågick Miljökloka kontor i...



9 europeiska länder



Med över 15 000 anställda



I 176 byggnader



**Med ambitionen att
spara 3100 ton CO₂**

Klimatförändringar och kontor

När vi pratar om utsläppskällor av växthusgaser, så tänker vi ofta på bilar och flygplan eller elproduktion vid koleldade kraftverk utomlands. Folk har en tendens att tycka att jämfört med industrin, transporter och hushållens energianvändning, så är inte kontor särskilt viktiga som energianvändare. Men faktum är att byggnader i EU står för otroliga 40 % av energianvändningen och 36 % av CO₂-utsläppen.

På många sätt är det inte så annorlunda att vara på en kontorsarbetsplats mot att vara hemma; det behövs uppvärmning, kylning, belysning och vattenanvändning. Energi används dock även...

- i kontorsutrustning;
- för tjänsteresor korta och långa såväl pendling till och från arbetet;
- som innesluten energi i köpta produkter och tjänster (t.ex. den energi som använts för att tillverka kontorsutrustning och papper liksom

den energi som använts för att transportera dessa till kontoret).

Forskning visar att energibesparingar på **upp till 15 % kan uppnås enbart genom att fokusera på aktiviteter för beteendeförändring, nya vanor helt enkelt.**

**>> Välkommen till
Miljökloka kontor!**



HUR FUNGERAR DET...

Vad menar vi med beteendeförändring?

Hur får du din personal att bry sig om den energi de använder om de inte är särskilt miljömedvetna och inte heller betalar räkningarna?

Marknadsföringsexperten har länge känt till värdet av att påverka människors beteenden för att uppmuntra dem att göra speciella val, där nudging är en teknik som används; doften av bröd i affären är alltid ett vinnande kort; sjukhus har nyligen upptäckt fördelarna med att ha citrusdoft på toaletter för att uppmuntra handtvättning, eftersom vi associerar citrusdoft med renlighet.

Genom att fokusera på **beteendeförändring** siktar vi in oss på vardagligt, ofta rutinartat, beteende såsom att tända och släcka, ställa in temperaturen för uppvärmnings- och kylsystem samt hur kontorsutrustning används.

Definitivt är det så att vi som anställda har en tendens att göra det som är enklast, så som det alltid har gjorts och som andra gör. Vi ifrågasätter oftast inte om något skulle kunna eller borde göras annorlunda.

Miljökloka kontor är ett enkelt, inkluderande och roligt initiativ som uppmuntrar alla anställda att titta på hur de använder energi och som under den årlånga energibesparingskampanjens gång siktar mot att ändra deras beteende till att bli mer effektivt, nya goda vanor.

Steg för steg i Miljökloka kontor:



Varje byggnad behöver sitt eget **energiteam**, en grupp med individer som representerar hela organisationen och är kampanjens drivkraft, som uppmuntras att analysera den nuvarande energianvändningen i byggnaden, avgöra hur den skulle kunna minskas och ta fram en egen åtgärdsplan med vad de ska göra.



Varje energiteam deltar i utbildningar som ger dem information om hur man kan spara energi på arbetsplatsen och hur man driver en kampanj fokuserad på energibesparing och beteendeförändring.

Ett **online-verktyg** har utvecklats i vilket energiteamet lägger in sina månatliga värme- och elmätaravläsningar.

Innan start har referensdata för den specifika byggnaden samlats in och då kommer verktyget kunna visa för energiteamet om de använder mer eller mindre energi än föregående år.



För att öka kampanjens spelifiering har **verktyget Gröna klick** utvecklats för att hjälpa varje anställd att titta på energianvändningen för den egna arbetsstationen med tips och råd om hur den kan minskas.

Gröna Klick kan användas för deltävlingar och för att få medarbetarna att komma igång med att bryta vanor och spara energi.



Användbara energitips

skickas regelbundet till energiteamet med olika aspekter av energianvändning.

De är användbara för att stärka kampanjen och ge energiteamet nytt fokus.

Energiteamen får även en mängd material och belöningar de kan använda i sin kampanj; mallar för åtgärdsplaner; mallar för energibesiktning av byggnader; affischer; klistermärken; energimätare och belöningar att använda som uppmuntran under kampanjen.

Energiteamen uppmuntras att **träffas regelbundet** för att diskutera hur kampanjen fortskrider; att prata om vad som fungerar och vad som inte fungerar är ett riktigt bra sätt att behålla engagemanget och främja entusiasm för kampanjen.

Energiteamen råds att organisera små egna evenemang i byggnaden under kampanjens gång, både för att marknadsföra kampanjen inom organisationen, men även för att bibehålla entusiasm och engagemang.

I slutet av kampanjen, när varje energiteam har 12 månaders data och de har gjort allt de planerat i sin åtgärdsplan, är det dags att avgöra vilken byggnad och energiteam som vinner!

Miljöklora kontor belönas dock inte bara de byggnader som gjort störst energibesparingar, utan premieras även den insats många energiteam har gjort då de drivit sin kampanj och har därför tre vinnarkategorier...

- Största energibesparing
- Bästa energibesparingskampanj
- Bästa åtgärdsplan för framtiden





ERFARENHETER FRÅN SVERIGE

Under ett års tid deltog flera offentliga kontor i Kalmar, Kronoberg och Blekinge län i pilotomgången av Miljöklora kontor – och det gav effekter. Det hjälper alltså om alla drar åt samma håll och försöker stoppa den onödiga energianvändningen – den som inte syns men tickar pengar och miljöbelastning.

Markaryd kom 1:a i Sverige och 2:a i Europa.

En nyckelfaktor för framgången för Markaryds kommun var att den högsta ledningen aktivt stöttade insatserna.

En nyckelfaktor för framgången för Markaryds kommun var att den högsta ledningen aktivt stöttade insatserna. Energiteamet entusiasmerade sina kollegor och höll ångan uppe under hela året som tävlingen pågick, bland annat på de månatliga frukostmötena på kontoret. Alla på kontoret deltog med liv

och lust. Elförbrukningen minskade med 17 % bara genom att medarbetarna stängde av sina datorer helt när de inte användes, och att alla hjälptes åt att släcka i tomma rum. Efter en mätning av lumen togs onödiga lampor bort och rörelsesensorer för belysning installerades i Markaryds kommunhus. Genom att optimera uppvärmningen samt att tätta fönster och dörrar drog de ner värmeförbrukningen med hela 23 %. Den totala energibesparingen blev 20 %.



Billiga åtgärder, ofta helt gratis

De deltagande kontoren försågs med informationsmaterial, bordsryttare, klistermärken, viss mätutrustning och chokladbelöningar. Efter introduktion och start av kampanjen började man titta på vad och hur man kunde minska sin energianvändning. De flesta förändringarna som identifierades och tilläts under tävlingsperioden är billiga och ofta helt gratis, men nya vanor måste förstås övas in innan de går på automatik. Beroende på utgångsläge så kan man minska sin energianvändning en hel del, 10 % är inte en orimlig siffra, genom att tänka om i sin vardag. Trixen som användes i byggnaderna var närvarostyrning på belysningen, skumtvål i tvålumpen istället för vanlig tvål för att minska vattenåtgången vid handtvätt, energironder i byggnaderna för att kolla att allt var avstängt som skulle vara avstängt, förändringar i inställningar i datorer, belysningsinventering och naturligtvis uppföljning och återkoppling om hur medarbetarna gör.

Spelar det någon roll?

Vad spelar det för roll om jag tar bilen idag? Och gör det verkligen någon skillnad om jag stänger av min dator ikväll när jag går från kontoret? Det är vanliga kommentarer som kom under kampanjen när det gäller beteendeförändringar och nyttan med dessa. Och det är väl så det är – den omedelbara nyttan kan vara liten där och då. Men sammantaget om du alltid väljer cykeln/bussen framför bilen, och om inte bara du stänger av datorn helt på kvällen utan även dina 75 kollegor gör det – varje kväll – året om, då börjar det bli effekter av det.





Foto: Energikontor Sydost

Resultat

Men hur gick då med kontoren i sydöstra Sverige som deltog i kampanjen att spara energi? Som sagt var så vann Markaryds kommunhus som minskade sin energianvändning med 20 % genom att justera värme och ventilationssystem och genom att aktivt uppmuntra personalen att spara energi.

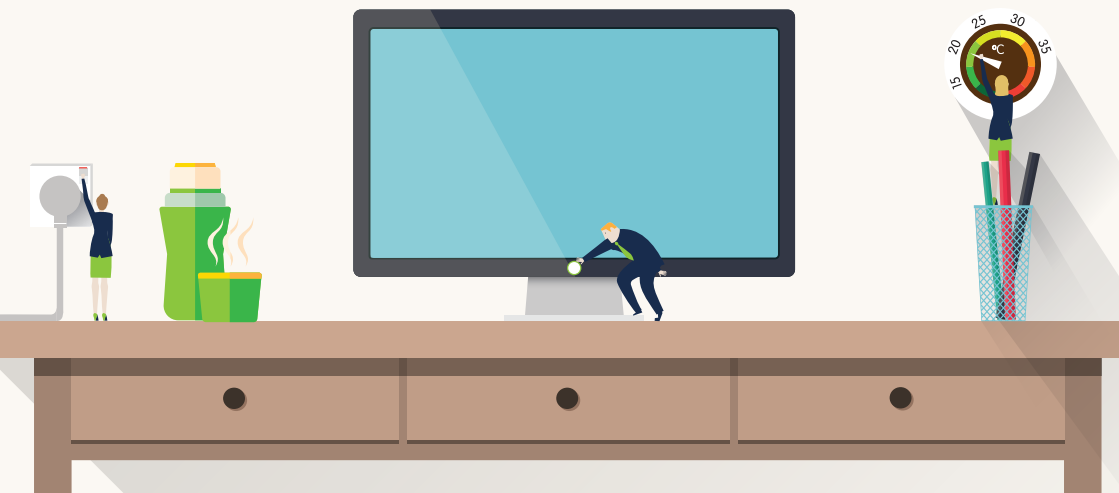
I Mörbylånga minskade energianvändningen med 10–12 % på motsvarande sett. Flera deltagande organisationer vittnar om att energianvändningen kom upp på agendan tydligare när det blev tävling av det och det har lett till en omprioritering av energirenoveringar i byggnaden. De återkommande frågorna om hur den gångna månadens energianvändning sett ut har resulterat i en systematisering i hanteringen av energidatan, vilket ger bättre kontroll och uppföljning och bättre kostnadskontroll och medvetenhet.

Totalt sett var den största behållningen hos deltagarna att man fått upp ögonen för hur små förändringar i vardagliga beteenden kan ge stor effekt. Helt plötsligt har sopsorteringar börjat funka, datorer stängs av när folk går hem och tomma rum är släckta rum. Det är ju precis så det ska vara!



Topp fem

Kontorsbyggnad	% energibesparing
Kommunhuset Markaryd	-20 %
Kommunhuset Mörbylånga	-12 %
Gula villan, Mörbylånga	-10 %
Kommunhuset Lessebo	-6 %
Region Kronoberg hus K39	-5 %



VAD HAR

Engagemanget i Miljö- kloka kontor inneburit?



Organisationen

Oavsett om organisationen engagerar sig i den här kampanjen för att minska den negativa miljöpåverkan eller för att spara pengar, så beror framgången på energiteamet, dvs. hur entusiastiska de är och hur mycket stöd de får från alla nivåer inom organisationen.

Varje organisation har olika kulturer, det som fungerar perfekt i en organisation kan bli pannkaka i en annan. Tricket är att komma på vad som kommer fungera bäst i din organisation. Vi utgår ofta ifrån att projekt fungerar bättre om de tillämpas i ett nedifrån- och uppifrånperspektiv, snarare än påtvingade uppifrån. Vår erfarenhet från Miljökloka kontor indikerar dock att om engagemanget integreras i avdelningens arbetsplaner och vardag och **sanktioneras tydligt uppifrån**, så känner personalen att de har befogenhet att verkligen ta det till sig och göra så att kampanjen fungerar



Energiteamet

Energiteamet är själva hjärtat i den här kampanjen. Om de känner att de har tiden och stödet för att få den här kampanjen att fungera, så gör de fantastiska saker!

För många energiteammedlemmar har kampanjen handlat om att vara del av en grupp, göra något lite annorlunda, väcka medvetenheten om miljöfrågor på en arbetsplats och att lära om energi, som de sedan också kan använda hemma.



Personalen

Oavsett om de varit aktiva eller inte, så har hela personalen varit en del av kampanjen och genom att de regelbundet försetts med information om energianvändning och energibesparingar har de blivit mycket mer medvetna om energianvändning generellt.

Som en del av Miljökloka kontor har ett antal energiteam utfört belysnings- och inomhusmiljöundersökningar där de har frågat sina kollegor om deras arbetsförhållanden "är för varma, för kalla". Bara genom att ställa dessa frågor har folk börjat prata om saker de ofta bara accepterar, vilket har resulterat i riktigt positiva effekter på personalens känsla för kampanjen.

Vad vi LÄRT OSS!

Inlärnin g sker inte bara åt ett håll!

Som en del av kampanjen genomfördes undersökningar före och efter, som skickades till all personal som arbetar i de byggnader som deltog i Miljöklora kontor.

Dessa utvärderingsformulär är en ovärderlig informationskälla som inte bara hjälper att fastställa den nuvarande förståelsen för energibesparingar, utan även deltagarnas motivation och vilja att medverka. Informationen kan sedan påverka hur kampanjen kan genomföras för att maximera ett positivt gensvar.

Via frågeformulären upptäcktes att kampanjer som Miljöklora kontor måste fokusera på att engagera så många personer som möjligt, att instruera dem exakt hur de kan genomföra åtgärderna korrekt samt att stärka lagandan när det gäller att genomföra

energibesparingsåtgärder.

Det visade sig att ett starkt och tydligt budskap som **”att spara energi är viktigt för oss då vi strävar mot att vara ett energieffektivt kontor som föregår med gott exempel för andra”** var viktigt för alla byggnaderna som deltog i programmet Miljöklora kontor.

Förutom att betona behovet av att genomföra ett antal energibesparingsåtgärder samtidigt och regelbundet, så reagerade många anställda väldigt positivt till att lära sig mer om andra möjligheter till energibesparingar såsom pendling, energismartare vanor, skapa ett personligare och effektivare kontorsutrymme (t.ex. genom växter, personliga föremål).

Slutligen...

...kan man notera att även om väldigt många anställda deltar i Miljöklora kontor för att de vill lära sig mer om energibesparingar och för att de är intresserade av miljöfrågor, så är själva deltagandet i något positivt en drivkraft som bör tas tillvara med hjälp av denna eller andra kampanjer.

Det faktum att ”min chef bad mig vara med” också var ett betydelsefullt skäl för att delta visar samtidigt att det är viktigt att inte glömma den betydande roll ledningen spelar för att underlätta ett energieffektivt beteende på kontoret. Då människors motivation för att delta varierar ska man tänka på detta då kampanjer planeras, så att olika anställdas intressen och behov tillgodoses. Då kan så många som möjligt nås och motiveras att delta i energibesparingsåtgärder.

Hela undersökningsrapporten kan hittas på www.miljoklokakontor.se och www.energikontorsydost.se





Nästa steg

Har det här väckt ditt intresse?

Är det här något du skulle vilja genomföra i din byggnad?

Den här kampanjen pilotkördes i den offentliga sektorn, men kan tillämpas i alla kontorsbyggnader. Allt du behöver är ett energiteam med entusiasm för att göra det och en ledning som stödjer dem.

Fortfarande intresserad?

Läs mer på.



www.miljoklokakontor.se



Sverige: Energikontor Sydost AB
www.energiekontorsydost.se



Österrike: Grazer ENERGIEAgentur
www.grazer-ea.at



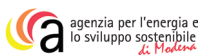
Ungern: greendependent
www.greendependent.org



Storbritannien: Severn Wye Energy Agency
www.severnwyenergy.org.uk



Belgien: Arbeid & Milieu
www.a-m.be/



Italien: AESS
www.aess-modena.it



Lettland: Ekodoma
www.ekodoma.lv/lv



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



**MILJÖKLOKA
KONTOR**