

Energieffektiviseringer i små og mellemstore virksomheder (SMV'er)

April 2010



CONCITO

Indledning

CONCITO har foretaget en undersøgelse af energieffektiviseringer i små og mellemstore virksomheder (SMV'er). Metoden er en spørgeskemaundersøgelse gennemført blandt 250 SMV'er spredt geografisk over hele Danmark og inden for forskellige brancher. Formålet er at kortlægge:

1. SMV'ernes aktuelle energieffektiviseringstiltag: hvad sker der nu og i nær fremtid?
2. Motivationen bag aktiviteterne: hvad driver virksomhederne?
3. Centrale udfordringer: hvad er de største barrierer, og hvor bør der sættes ind?

Undersøgelsen forsøger således – så vidt vides som den første af sin art – overordnet at tage temperaturen på, hvorvidt og i hvilket omfang energieffektiviseringer er på dagsordenen i SMV'erne, hvilket er forudsætningen for at kunne vurdere hvilke initiativer der bør igangsættes for at fremme energieffektive løsninger blandt SMV'er i Danmark.

Med en relativt lille respondentgruppe må der naturligvis tages forbehold for repræsentativiteten i undersøgelsen. Energiforbruget er meget forskelligt inden for forskellige brancher, for eksempel vil produktionsvirksomheder typisk have et højere energiforbrug end servicevirksomheder, og må derfor formodes at fokusere mere på energibesparelser grundet energiforbrugets relativt høje andel af de variable omkostninger. Omvendt viser en række analyser at der er korte tilbagebetalingstider på investeringer i energieffektivisering i alle typer virksomheder, og der vil derfor være et økonomisk besparelspotentiale på langt de fleste arbejdspladser.

Det har ikke været hensigten med denne undersøgelse at kunne afdække branchespecifikke forhold, men snarere at kunne pege på nogle generelle tendenser og holdninger til energieffektiviseringer. Hvis Danmarks energiforbrug skal nedbringes væsentligt i fremtiden kræver det en aktiv indsats fra mange kanter – herunder SMV'erne.

Metode

Analyseinstituttet Interresearch a|s har stået for afvikling af undersøgelsen og bearbejdning af data. Dataindsamlingen er foregået gennem tilfældig udvælgelse af virksomheder med 250 eller færre ansatte, og virksomhedernes geografiske og branchemæssige spredning er repræsentativ for Danmark. Respondenterne er ansatte på ledelsesniveau med overblik over virksomhedens aktiviteter og strategier inden for energieffektiviseringer, typisk direktører, økonomichefer eller tekniske chefer. Dataindsamlingen er foregået i perioden 23.2. – 17.3. 2010 via Interresearchs elektroniske spørgeskemaværktøj defgo.net®.

Efter endt dataindsamling er der rensset ud for besvarelser som ikke er fuldendte. I alt har 250 personer afgivet fuld besvarelse.

Afrapportering er gennemført af CONCITOs sekretariat ved Michael Johansen og Martin Lidegaard.

Definitioner og baggrund

SMV'er er i nærværende rapport defineret som virksomheder med 250 eller færre ansatte, hvilket modsvarer EU's definition. De deltagende virksomheder er udvalgt således at SMV'erne er bredt repræsenteret hvad angår geografi og brancher (se Figur 1 og 2).

SMV'er er helt centrale for den danske økonomi. Ifølge Center for Entreprenørskab og Småvirksomhedsforskning (CESPO) beskæftiger SMV'erne ca. 40% af den danske arbejdsstyrke, mens store virksomheder beskæftiger ca. 60%¹. Ser man på den totale omsætning, tegner SMV'erne sig for ca. 57% og de store virksomheder for 43%. SMV'erne har derfor en markant betydning i den danske erhvervsstruktur. CESPO's beregninger er baseret på tal fra Danmarks Statistik, hvor alle virksomheder med flere end 100 ansatte er kategoriseret som "store virksomheder". Med vores definition af SMV'er, der modsvarer EU's definition, vil virksomheder med 100-250 ansatte skulle regnes med, og SMV'erne udgør med denne afgrænsning en endnu større del af den danske økonomi.

Dansk erhvervsliv står for ca. 36% af det samlede endelige energiforbrug eksklusiv transport, og i 2008 havde erhvervslivet et samlet energiforbrug på 243 PJ fordelt på 156 PJ i produktionserhverv og 87 PJ i handel- og service inklusive den offentlige sektor². Der findes så vidt vides ikke præcise tal for hvor stor en andel af erhvervslivets energiforbrug, der kan tilskrives SMV'erne. Et nogenlunde kvalificeret skøn af SMV'ernes energiforbrug må derfor baseres på bedst tilgængelige data.

Det tætteste vi har kunnet komme på en opgørelse over SMV'ernes andel af det samlede energiforbrug er analysen "Erhvervenes energiforbrug 2007" foretaget af Danmarks Statistik³. Her har man opgjort industriens energiforbrug efter størrelsen på såkaldte "faglige enheder", der tilhører industrifirmaer med mindst 20 beskæftigede. Af opgørelsen fremgår det, at virksomheder med 20-199 ansatte i 2007 stod for 29% af industriens samlede energiforbrug. Hertil kommer så forbruget i virksomheder med 1-19 samt 200-250 ansatte. Et forsigtigt skøn vil derfor være, at SMV'erne står for mellem 30% og 45% af industriens samlede energiforbrug. Det må forventes, at denne andel minimum er den samme inden for handel og service, da SMV'ers andel af beskæftigede er større inden for handel og service.

Det synes således at være en rimelig antagelse, at SMV'erne i 2008 stod for mellem 30% og 45% af erhvervslivets samlede endelige energiforbrug, svarende til mellem 72,9 og 109,35 PJ (hhv. 0,30 x 243 og 0,45 x 243).

Ser man på det konkrete besparelspotentiale har Dansk Energi anslået, at energieffektiviseringer i erhvervslivet rummer et besparelspotentiale på 10, 16 og 34% ved henholdsvis 2, 4 og 10 års tilbagebetalingstid. Det årlige besparelspotentiale for SMV'erne kan derfor opgøres som følger:

Tabel 1: Årligt besparelspotentiale i SMV'er ved energieffektiviseringer med henholdsvis 2, 4 og 10 års tilbagebetalingstid

2 år	4 år	10 år
7,29-10,94 PJ	11,66-17,50 PJ	24,79-37,18 PJ

¹ CESPO Årsrapport 2009

² Energistyrelsen, september 2009: Energistatistik 2008

³ Danmarks Statistik, december 2008: Statistiske efterretninger: Erhvervslivets energiforbrug 2007, industri

Det fremgår af tabellen at besparelspotentialer er markant større hvis virksomhederne er villige til at investere i energieffektiviseringer med længere tilbagebetalingstid.

Energieffektiviseringer er i denne undersøgelse defineret som aktiviteter der sigter mod at nedbringe virksomhedens direkte og indirekte forbrug af brændsler, benzin, diesel, el, vand og varme. Dvs. både i virksomheden selv og ved indkøb af varer og ydelser udefra.

Fra politisk side har alle Folketingets partier med undtagelse af Enhedslisten vedtaget en energitale (2008) med henblik på at nedbringe Danmarks afhængighed af fossile brændsler, kul, olie og gas. Det er blandt andet målsætningen at Danmarks bruttoenergiforbrug skal falde fra 863 PJ i 2006 til 846 PJ i 2011, altså et fald på 17 PJ svarende til 2%. Disse besparelser skal særligt hentes med energieffektiviseringer, der er målsat til årligt at udgøre 10,3 PJ.

Der er i besparelsmålene ikke skelnet mellem kvote og ikke kvotebelagte virksomheder, men det skønnes, at en betydelig del af SMV'erne ligger uden for den kvotebelagte sektor, uden det har været muligt at lave en nærmere opgørelse grundet manglende statistisk grundlag.

Energieffektiviseringer kan i stor stil foretages med allerede eksisterende teknologier. Beregninger foretaget af Teknologisk Institut viser, at der ved en lang række tiltag er en særdeles god business case for den enkelte virksomhed, og samlet set er der et kæmpe besparelspotential ved anvendelse af såkaldte "best available technologies" (BAT) i SMV'er⁴. Teknologisk Institut har gennemgået en række virksomheders ventilation, belysning, elapparater, industrielle opvaskemaskiner og komfurer samt køle og fryseapparater. Analysen viser at der er stor forskel på hvor der bør sættes ind i forskellige brancher, men i samtlige brancher kan der peges på meget korte tilbagebetalingstider ved udskiftning til BAT.

Virksomheder kan i dag indhente vejledning om energibesparelser flere steder, fx i deres brancheorganisationer, hos elselskaberne, hos rådgivende ingeniører eller på en række webportaler som fx klimakompasset.dk, energitjenesten.dk, energiguide.dk og energiledelse.com. Hertil kommer en række sektor- og teknologispecifikke portaler inden for fx vand (energibesparelser-vand.dk) og landbrug (energisparkataloget.dk). Der er dermed i princippet en del muligheder for virksomhederne for at indhente relevant information.

Energiselskaberne er fra årsskiftet blevet pålagt at levere besparelser for 6,1 PJ årligt i perioden 2010-2020. Disse besparelser realiseres gennem gratis rådgivningsindsats, og energiselskaberne har frihed til selv at vælge hvilke kunder de vil satse på med henblik på at indhente besparelserne mest omkostningseffektivt. I den hidtidige indsats har energiselskaberne tilsyneladende fokuseret på deres største kunder, altså de store virksomheder, da det er her, man har kunnet hente de største besparelser per rådgivningstime. Ifølge Håndværksrådet bliver SMV'erne ikke kontaktet af energiselskabernes rådgivere i nær samme omfang som de store virksomheder, hvilket har medført en skævvridning i indsatsen⁵. SMV'erne prioriteres altså tilsyneladende ikke i denne opsøgende indsats.

⁴ Teknologisk Institut, januar 2006: Sparepotentialer i "20-200" virksomheder ved indførelse af best available technology

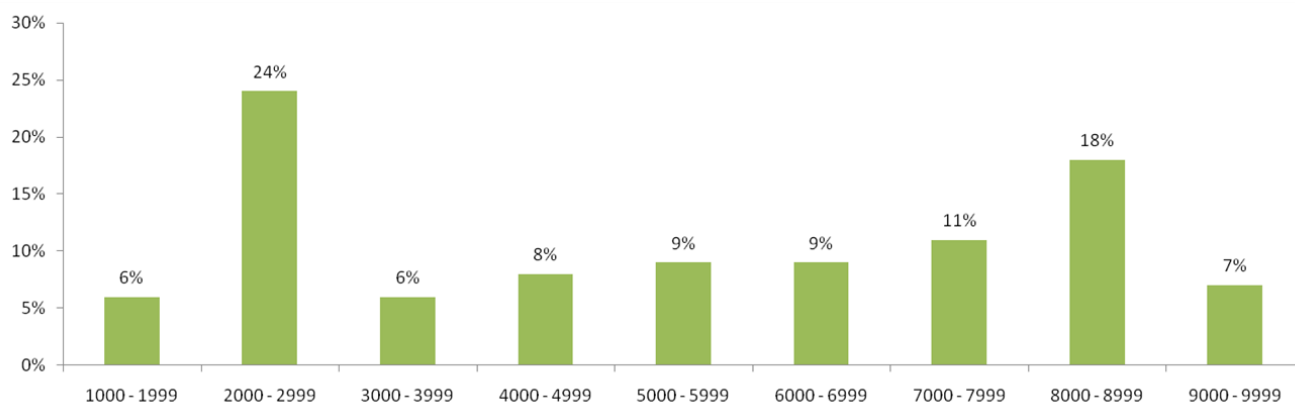
⁵ <http://www.hajnettet.dk/nyheder---analyser/pressemeddelelser/2009.aspx?M=News&PID=8846&NewsID=2362>

En undersøgelse fra Dansk Energi indikerer således også, at det især er de større virksomheder, der prioriterer energieffektiviseringer, men at der ikke sker meget i SMV'erne⁶. Andre undersøgelser viser, at billedet er det samme hvad angår klimarelaterede tiltag i det hele taget⁷.

Eksisterende undersøgelser indikerer også et stort potentiale i at sætte ind over for medarbejdernes adfærd. Dels kan medarbejderne med små justeringer i deres daglige adfærd ofte nedbringe energiforbruget ganske markant, dels kan der være meget at hente ved at inddrage medarbejderne aktivt i at identificere hvor energibesparelserne kan findes. En analyse fra 3F peger på, at der kan spares 3,5 mia. kroner her og nu på grøn medarbejderinddragelse ved at udnytte medarbejdernes viden fra dagligdags arbejdsituationer⁸. Medarbejderne har ofte unik indsigt i hvor energibesparelserne kan hentes ved fx at ændre på indstillingerne på en maskine i produktionsapparatet eller iværksætte initiativer, der har med medarbejdernes energiforbrugende adfærd at gøre.

Med nærværende undersøgelse tester vi antagelsen om at energieffektiviseringer ikke står højt på dagsordenen i SMV'erne, og samtidig søger vi at få et indblik i virksomhedernes motivation for at gøre noget ved energiforbruget. I forlængelse heraf peges på en række centrale barrierer samt anbefalinger til en indsats for at fremme energieffektiviseringer i SMV'er.

Figur 1: Respondenternes geografiske spredning (postnumre)

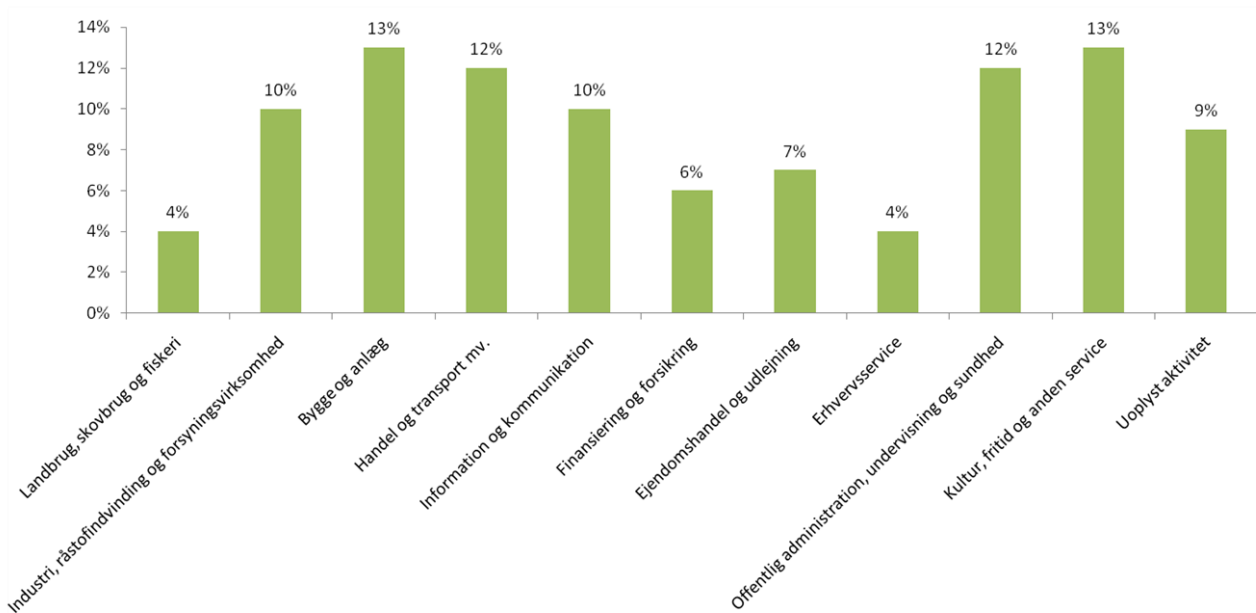


⁶ Capacent for Dansk Energi, august 2008: Dansk Energi - Evaluering af elselskabernes energispareindsats

⁷ Fx Ingeniørforeningen, IDA, januar 2010: IDAs lederpanel: Klimaudfordringen i erhvervslivet

⁸ "Vækst: Ansatte viser vej til grønne besparelser", Politiken den 25. februar 2010

Figur 2: Respondenternes branchemæssige fordeling



Hvad sker der i virksomhederne?

Konklusion:

På de overordnede linjer kan det konstateres, at SMV'erne opfatter sig selv som socialt ansvarlige og finder det vigtigt med et grønt image. Samtidig opfattes energieffektiviseringer som værende vigtige for egen virksomhed, og det er en udbredt holdning, at man bør energieffektivisere, fordi det er socialt ansvarligt.

I undersøgelsen har vi imidlertid også spurgt ind til, hvilke konkrete initiativer virksomheden har taget inden for områderne el, varme, transport og mad. Her er billedet betydeligt mere broget. På nær indsatser for en mere effektiv belysning er det under halvdelen af virksomhederne, der har gennemført energibesparende indsatser, og for langt de fleste områder er det under tredjedel af virksomhederne, der har gjort noget. Endnu færre virksomheder arbejder struktureret og målrettet med at planlægge nye energieffektiviseringer. Spørger man til virksomhedernes planer for fremtiden er "elbesparende adfærd hos medarbejderne" den absolutte topscorer, idet 22% af respondenterne har planer om at sætte ind her. På alle andre initiativer har 20% eller færre planer om at gøre noget. Inden for de konkrete indsatsområder kan vi altså forvente yderligere energieffektiviserende tiltag fra højst 1/5 af virksomhederne, og på de fleste områder en langt mindre andel.

Det må således konkluderes, at SMV'ernes konkrete energibesparende aktiviteter og fremtidsplaner ikke står mål med de mere principielle holdninger til og ambitioner om social- og klimamæssig ansvarlighed. Dette indikerer omvendt også et stort potentiale for handling hos de mange SMV'er, der har motivationen, men endnu ikke er kommet i gang.

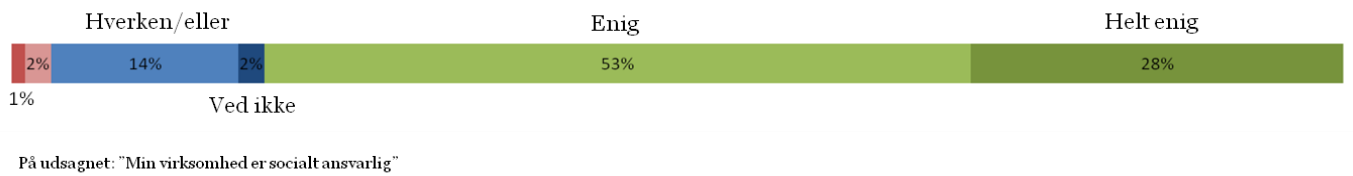
Generelt ser SMV'erne positivt på energieffektiviseringer. 25% erklærer sig "meget enige" og 42% "enige" i at energieffektiviseringer er et vigtigt indsatsområde i deres egen virksomhed, mens kun 8% er "uenege" og 3% "helt uenege" (se Figur 3). SMV'erne betragter i stor udstrækning sig selv som socialt ansvarlige, og faktisk er det kun 1% der er "helt uenege" og 2% der er "uenege" i, at deres egen virksomhed er socialt ansvarlig mens 53% er "enige" og 28% "helt enige" (se Figur 4). Det er ligeledes vigtigt for SMV'erne at omverdenen opfatter dem som grønne, og det er således kun 2% der erklærer sig "helt uenege" og 9% "uenege" i, at det er vigtigt for virksomhedens image at blive opfattet som grøn, mens 34% er "enige" og 20% "helt enige" (se Figur 5). Særligt interessant er det, at respondenterne finder at der er en tæt sammenhæng mellem energieffektiviseringer og social ansvarlighed, idet kun 2% og 7% af virksomhederne erklærer sig henholdsvis "helt uenege" og "uenege" i, at "man bør energieffektivisere fordi det er socialt ansvarligt". Tilsvarende er 41% "enige" og 17% "helt enige" i dette statement (se Figur 6).

Ser man på *hvem* i virksomhederne der sidder med ansvaret for energieffektiviseringsaktiviteterne, er det i ca. halvdelen af SMV'erne placeret hos en person i ledelsen (se Figur 7). For de mindstes vedkommende vil det typisk være ejeren af virksomheden. I 14% af virksomhederne er ansvaret placeret hos medarbejdere som ikke sidder i ledelsen, mens 30% af virksomhederne svarer, at ingen har ansvaret. Selv om SMV'erne erklærer, at energieffektiviseringer er vigtige, er det kun fire af de adspurgte, svarende til under 2%, der aflønner de ansvarlige ledere og medarbejdere i forhold til deres resultater inden for energieffektivisering (se Figur 8).

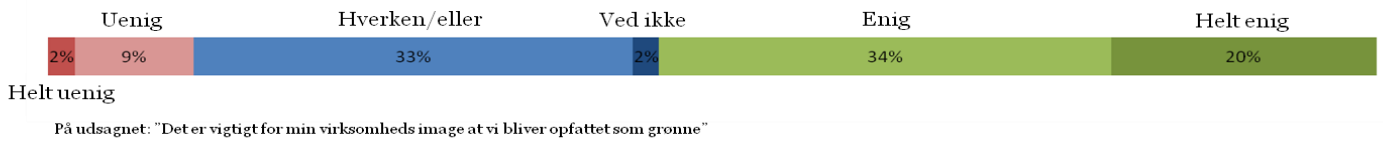
Figur 3: Hvor vigtige er energieffektiviseringer?



Figur 4: Mener virksomhederne selv, at de er socialt ansvarlige?

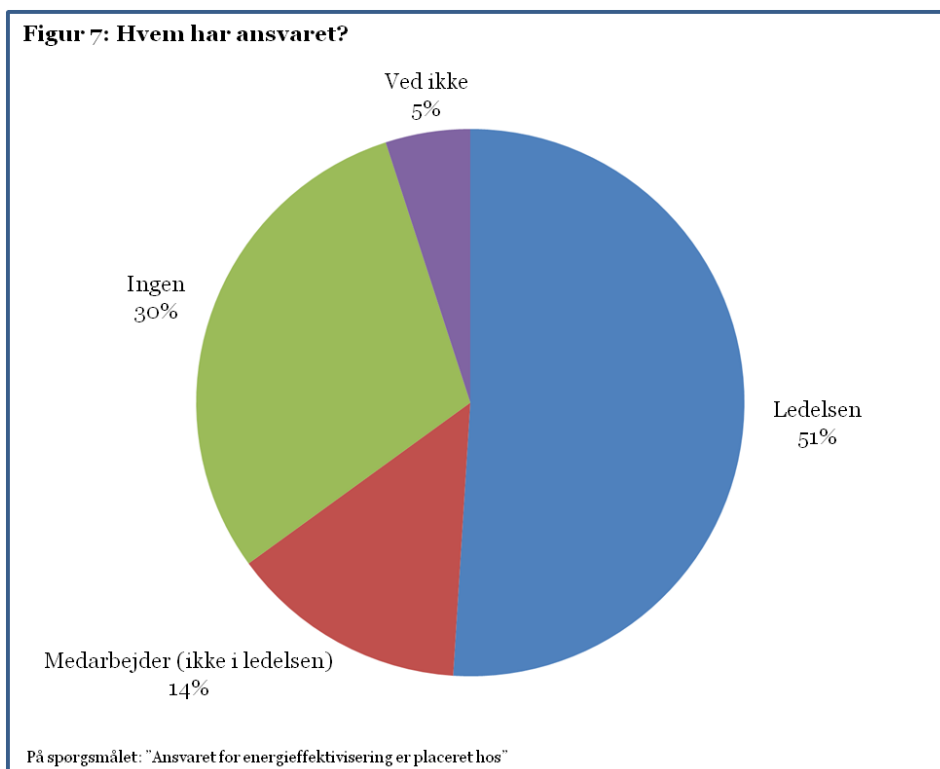


Figur 5: Er det vigtigt for virksomhederne at blive opfattet som grønne?

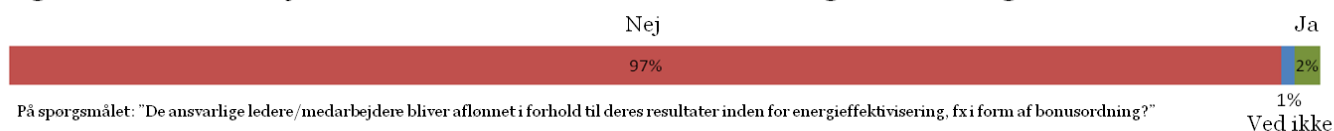


Figur 6: Mener virksomhederne at man bør energieffektivisere fordi det er socialt ansvarligt?





Figur 8: Bliver medarbejderne aflønnet efter resultater inden for energieffektiviseringer?



Elforbruget lader til at være det mest udbredte indsatsområde, hvor virksomhederne allerede har sat ind, særligt belysning (59%), elbesparende adfærd hos medarbejderne (41%), ventilation (39%) og IT (39%) bliver prioriteret mens hårde hvidevarer (32%) og maskiner til produktion (24%) ikke er prioriteret i samme omfang (se Figur 9). Det er ikke overraskende at belysning og medarbejderadfærd er de hyppigste indsatsområder, idet man her kan gøre noget med relativt små investeringer.

Færre virksomheder har en plan for fremtidige indsatser for at nedbringe elforbruget. 22% planlægger således at fremme elbesparende adfærd blandt medarbejderne, 20% vil gøre noget ved belysning, 17% påregner at energieffektivisere deres IT udstyr, 16% vil gøre noget ved ventilation, mens 13% vil sætte ind over for maskiner til produktion og 10% over for hårde hvidevarer (se Figur 9). Flere virksomheder synes således at mene, at de på dette område allerede har gjort en indsats, selvom der utvivlsomt kunne gøres mere over tid, efterhånden som teknologierne udvikler sig.

Mange SMV'er gør tilsyneladende også en indsats i forhold til klimavenlig mad. Af de virksomheder, der har egen kantine eller tilbyder medarbejderne en anden form for madordning, angiver 50% at de har gjort en indsats for at undgå madspild. 31% stiller krav til leverandører eller kanti-

nen, 30% gør en indsats over for medarbejderne og 30% satser på økologisk mad. 27% måler hvor meget mad der går til spilde, mens 25% har valgt at mindske andelen af kød i maden (se Figur 10).

Det overrasker måske, at så mange virksomheder gør en indsats inden for klimavenlig mad, og spørger man til fremtidsudsigterne, er det da også de færreste der planlægger nye initiativer på området. 12% af virksomhederne erklærer, at de i fremtiden planlægger at skærpe kravene til leverandører og kantiner, og på alle andre områder er det under 10% af respondenterne der planlægger at gøre noget (se Figur 10).

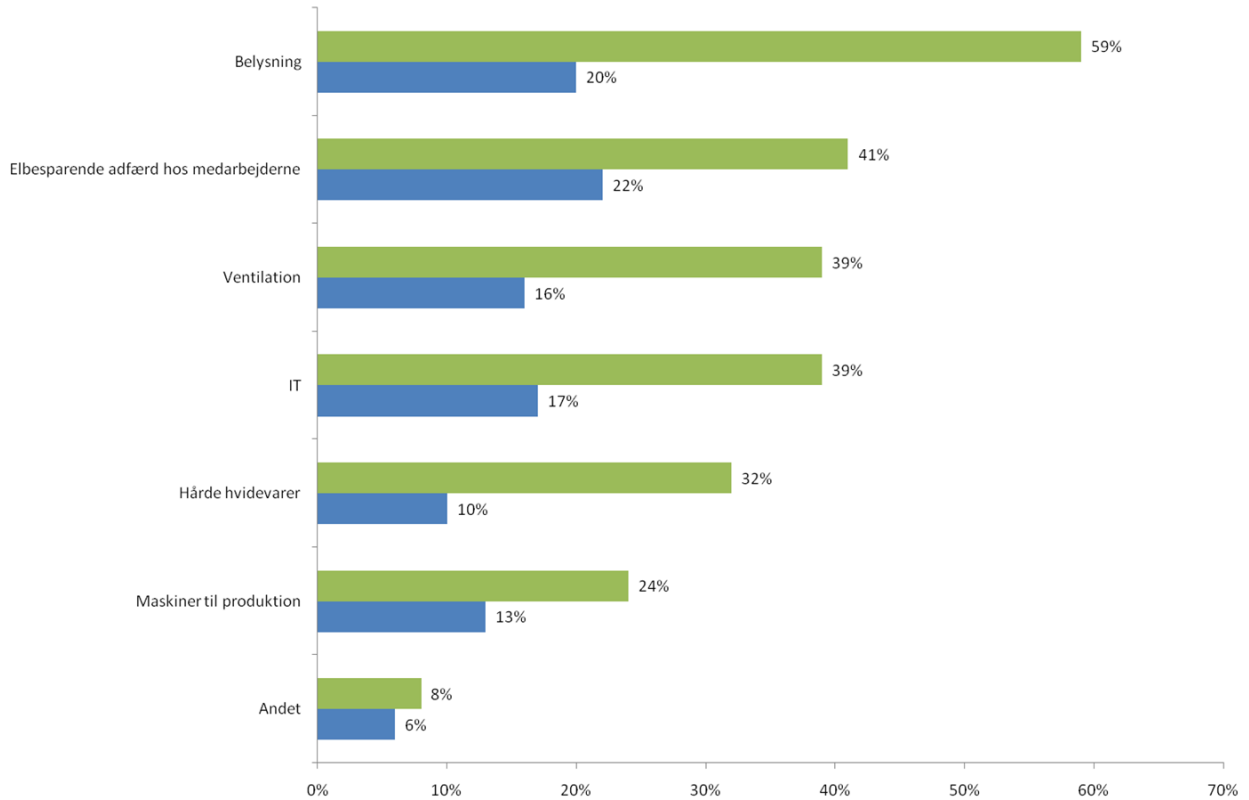
Det mest almindelige værktøj til at nedbringe varmeforbruget er varmebesparende adfærd hos medarbejderne, hvor 35% af virksomhederne har gjort en indsats. 31% har valgt at isolere, 28% at sætte ind over for forbruget af varmt vand, mens 28% har udskiftet eller repareret vinduer (se Figur 11).

Varmeforbruget har altså ikke samme grad af opmærksomhed som maden, men til gengæld påregner en lidt større andel af SMV'erne at gøre noget ved varmeforbruget i fremtiden. 16% agter således at udskifte eller reparere vinduer, 14% påregner at påvirke medarbejdernes adfærd mens 13% vil isolere og 12% minimere forbruget af varmt vand (se Figur 11).

Overordnet er transport det lavest prioriterede indsatsområde i SMV'erne, både hvad angår konkrete aktiviteter og planer for fremtiden. 29% angiver at de har gjort noget for at effektivisere logistikken, 20% har købt miljøvenlige firmabiler, 19% har valgt at skære ned på antallet af forretningsrejser, 18% gør en indsats over for medarbejderne og 12% stiller krav til leverandørerne (se Figur 12).

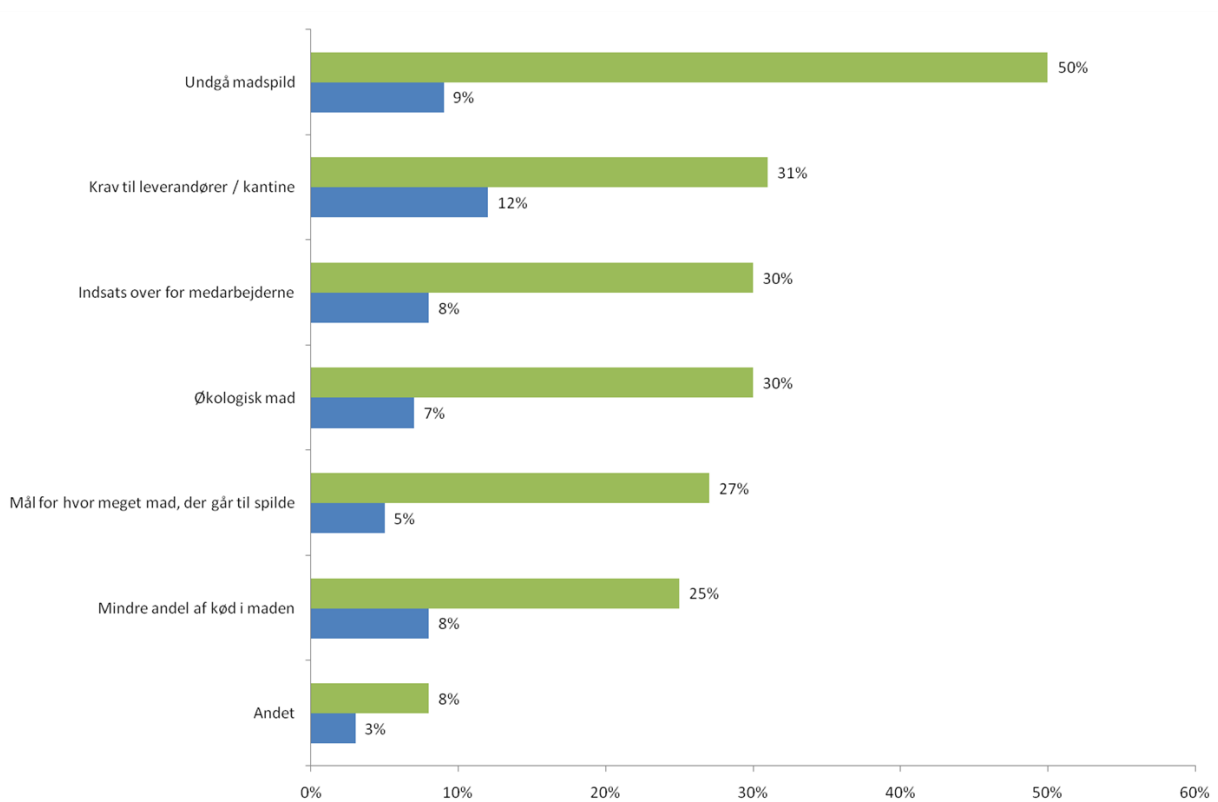
I SMV'ernes fremtidsplaner er logistik det mest forekommende indsatsområde indenfor transport med 13%, mens de øvrige er noget lavere repræsenteret. 9% påregner at benytte miljøvenlige firmabiler, 6% barsler med en medarbejderrettet indsats, mens 5% vil skære ned på antallet af forretningsrejser og skærpe kravene til sine leverandører (se Figur 12).

Figur 9: Hvor sparer virksomhederne på elforbruget, og hvor vil der blive sparet i fremtiden?



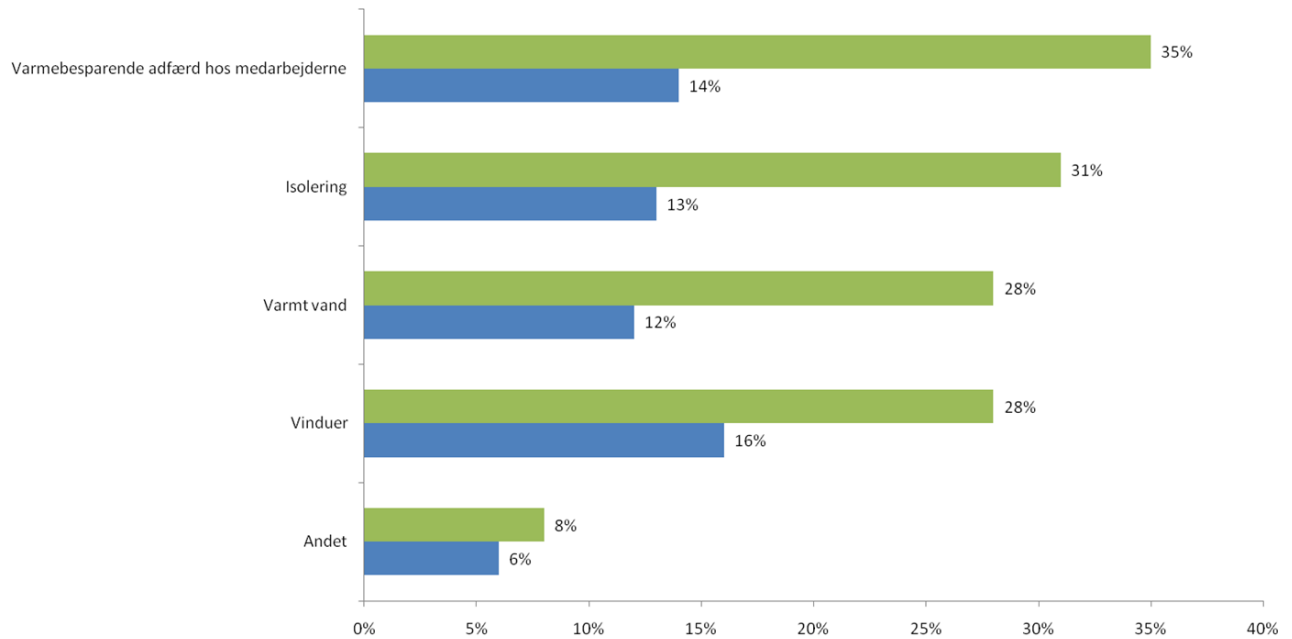
På spørgsmålet: "Har virksomheden iværksat initiativer for at nedbringe elforbruget inden for følgende områder". Svarene er gengivet for afkrydsning i hhv. "har gjort" og "har plan"

Figur 10: Hvor sparer virksomhederne på madforbruget, og hvor vil der blive sparet i fremtiden?



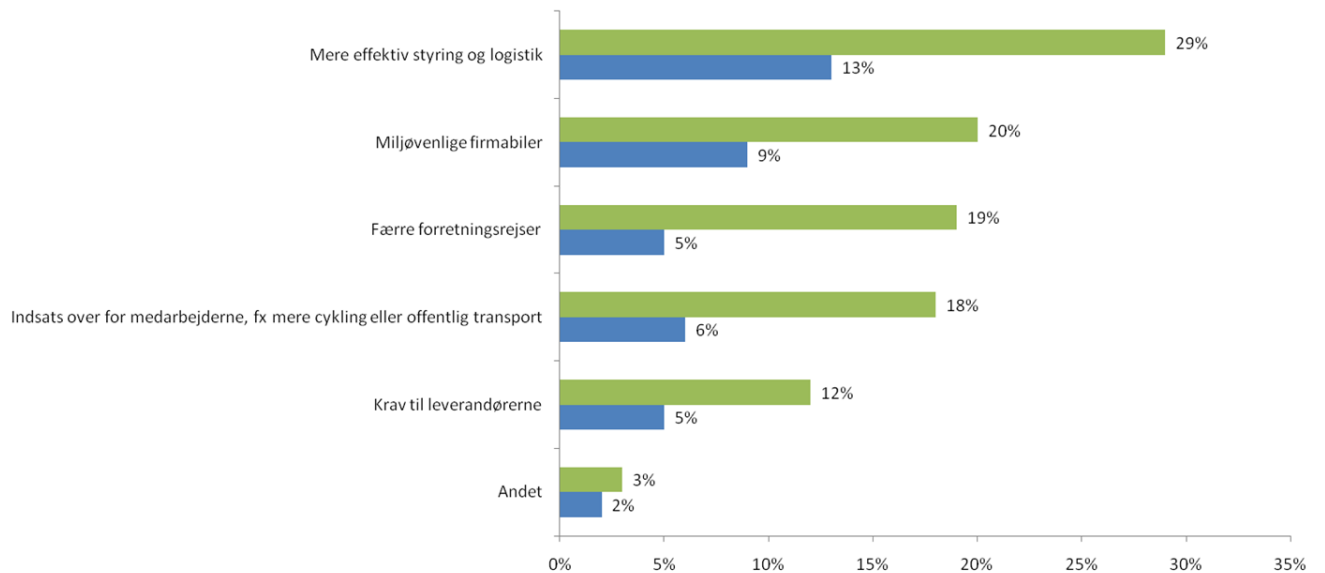
På spørgsmålet: "Har virksomheden iværksat initiativer inden for miljøvenlig mad, såsom". Svarene er gengivet for afkrydsning i hhv. "har gjort" og "har plan"

Figur 11: Hvor sparer virksomhederne på varmekonsumet, og hvor vil der blive sparet i fremtiden?



På spørgsmålet: "Har virksomheden iværksat initiativer for at nedbringe varmekonsumet inden for følgende områder". Svarene er gengivet for afkrydsning i hhv. "har gjort" og "har plan"

Figur 12: Hvor sparer virksomhederne på transportforbruget, og hvor vil der blive sparet i fremtiden?



På spørgsmålet: "Har virksomheden iværksat initiativer for at nedbringe forbruget af transport, herunder". Svarene er gengivet for afkrydsning i hhv. "har gjort" og "har plan"

Hvad driver virksomhederne?

Konklusion:

Virksomhederne motiveres overvejende af den gode business case, og nye tiltag igangsættes kun hvis det kan betale sig.

På tværs af de forskellige indsatsområder angiver SMV'erne således samstemmende, at de motiveres af økonomi. Virksomhederne peger sekundært på miljøhensyn som motivationsfaktor, og nogle virksomheder er desuden motiveret af imagehensyn, ligesom energieffektiviseringerne somme tider sker på grund af naturlig udskiftning. Selv om økonomien altså ikke er den eneste drivkraft, må det konstateres, at virksomhederne måske nok i nogen grad motiveres af miljø- og imagehensyn, men at det er usandsynligt at disse faktorer alene leder virksomhederne til at foretage energieffektiviseringer, der opfattes som økonomisk urentable.

Energieffektiviseringer sker ikke som konsekvens af konkrete krav fra omverdenen. Eksternt pres fra ejere, investorer og kunder er et sjældent fænomen og derfor ikke en central drivkraft for SMV'ernes igangværende tiltag, og pres fra interessenterne lader heller ikke til at influere på fremtidsplanerne.

Når aktivitetsniveauet generelt er forholdsvis lavt i virksomhederne, er det vigtigt at forstå, hvad der driver virksomhederne til at gøre mere for at nedbringe deres forbrug. Det er de færreste der igangsætter energieffektiviserende tiltag, hvis det ikke kan betale sig, og 40% er således "enige" og 21% "helt enige" i at de *kun* vil gennemføre energibesparende aktiviteter hvis det kan betale sig økonomisk. Tilsvarende er kun 4% og 11% henholdsvis "helt uenige" og "uenige" i at økonomien er altafgørende (se Figur 13).

I en tid hvor klimadagsordenen fremstår vigtigere end nogensinde - og på baggrund af virksomhedernes eget ønske om at have en grøn profil - kunne man foranlediges til at tro, at mange virksomheder oplever et pres fra ejere og investorer med henblik på at få en sådan grøn profil. Kun 2% og 14% erklærer sig imidlertid henholdsvis "helt enige" og "enige" i at dette er tilfældet, mens 18% er "helt uenige" og 26% "uenige" (se Figur 14). Når der spørges ind til motivationen bag virksomhedernes energieffektiviseringer er det generelle billede ligeledes, at pres fra ejere, investorer og kunder i det store hele er fraværende.

Som det blev vist tidligere, har stort set ingen virksomheder indført resultatbaseret aflønning af de ansvarlige, og løn kan således afskrives som nuværende drivkraft for den enkelte til at gøre en større indsats for flere energieffektiviseringstiltag.

Figur 13: Er økonomien altafgørende?



På udsagnet: "Vi vil kun gennemføre energibesparende aktiviteter, hvis det kan betale sig økonomisk"

Figur 14: Bliver SMV'erne presset til en mere grøn profil af ejere og investorer?



På udsagnet: "Min virksomhed har oplevet interesse eller pres fra ejere eller investorer for at få en mere grøn profil"

Økonomien er den absolut største motivationsfaktor når der spørges ind til motivationen for virksomhedernes konkrete aktiviteter, og i det følgende dykkes ned i motivationen for at gøre noget ved de enkelte indsatsområder.

82% af de virksomheder, som har iværksat konkrete aktiviteter for at nedbringe deres elforbrug, angiver at den økonomiske rentabilitet har været en motivationsfaktor for dem (se Figur 15). Tilsvarende peger 63% på miljøhensyn, 34% på naturlig udskiftning og 5% på henvendelse fra rådgivere som de primære årsager, mens kun 2% og 1% har følt et pres fra henholdsvis kunder og investorer.

Når der spørges til hvorfor virksomhederne ikke gør mere for at nedbringe elforbruget peger 41% på manglende økonomisk rentabilitet, mens 27% angiver at ingen har ansvar/tid, 18% mener det er vanskeligt at ændre rutiner hos medarbejderne og 16% efterlyser viden og rådgivning (se Figur 16).

Den største motivationsfaktor for at nedbringe varmemeforbruget er ligeledes økonomien (82%), mens 54% peger på miljøhensyn, 28% på naturlig udskiftning og 22% på imagehensyn. 6% har fundet motivationen i en henvendelse fra rådgiver, mens kun 2% og 1% har følt et pres fra henholdsvis kunder og investorer ligesom det var tilfældet for elforbruget (se Figur 17).

Når varmebesparelser vælges fra, skyldes det i stor udstrækning at virksomhederne vurderer, at det ikke er økonomisk rentabelt at sætte ind her. 43% peger således på økonomien som en væsentlig årsag til ikke at gøre mere, mens 18% angiver at ingen har ansvar/tid, 14% efterlyser viden og rådgivning og kun 10% finder, at det vanskelige ved at ændre medarbejdernes adfærd afholder dem fra at gøre mere for at nedbringe varmemeforbruget (se Figur 18).

72% af de virksomheder, der har gjort noget aktivt for at nedbringe deres transportforbrug, peger på økonomisk rentabilitet som årsagen (se Figur 19). 49% har nedbragt transportforbruget af miljøhensyn, 22% på grund af imagehensyn, 17% har handlet på grund af naturlig udskiftning, og 2% har gjort noget som konsekvens af henvendelse fra en rådgiver. Kun 1% har nedbragt transportforbruget på grund af pres fra kunder, mens ingen overhovedet er blevet presset af investorer.

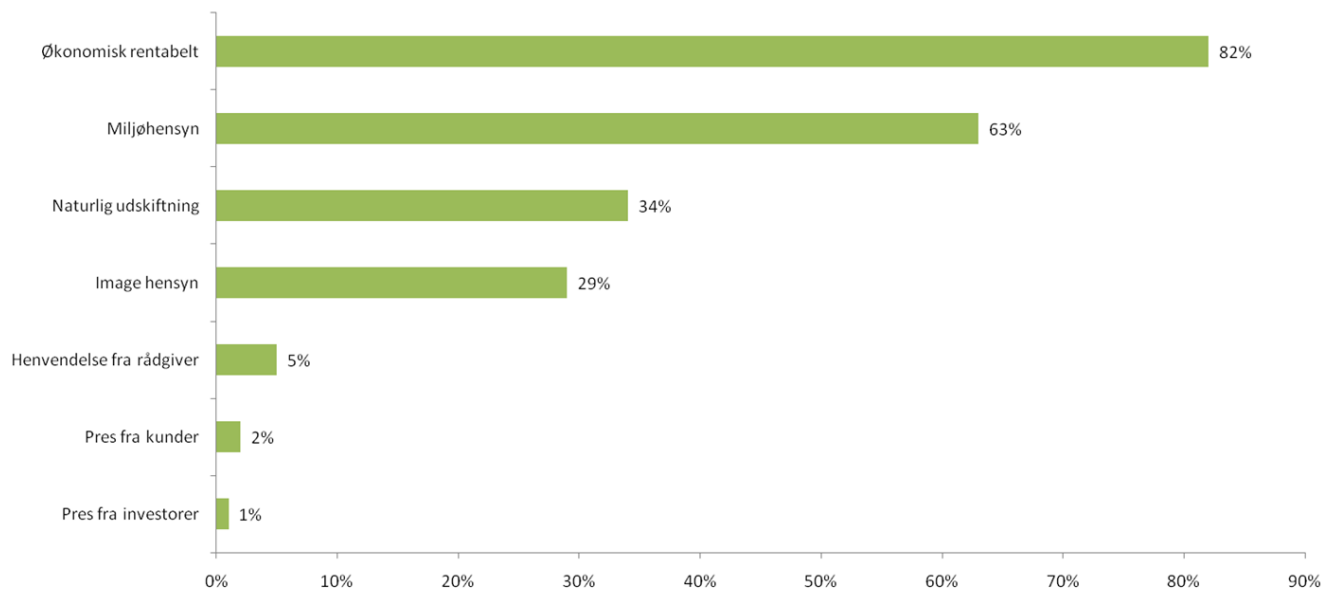
Den væsentligste årsag til ikke at nedbringe transportforbruget er ligeledes økonomi (31%), hvilket er noget mindre entydigt end motivationen til at gøre noget ved el- og varmemeforbruget (se Figur 20). 23% peger på at ingen har ansvaret/tiden, 12% finder det vanskeligt at ændre rutiner hos medarbejderne, og 9% efterlyser viden og rådgivning.

Motivationen til at gøre maden mere klimavenlig tegner sig noget anderledes end de tre øvrige indsatsområder. Med 40% er økonomien ganske vist den største motivationsfaktor, men med hen-

holdsvis 39% og 37% er miljø- og imagehensyn altså næsten lige så væsentlige drivkræfter for de virksomheder, der har gjort maden mere klimavenlig (se Figur 21). 13% peger på naturlig udskiftning som årsag til at gøre noget, mens 10% peger på pres fra kunder og 4% på henvendelse fra rådgiver. Ingen af virksomhederne har oplevet pres fra investorerne.

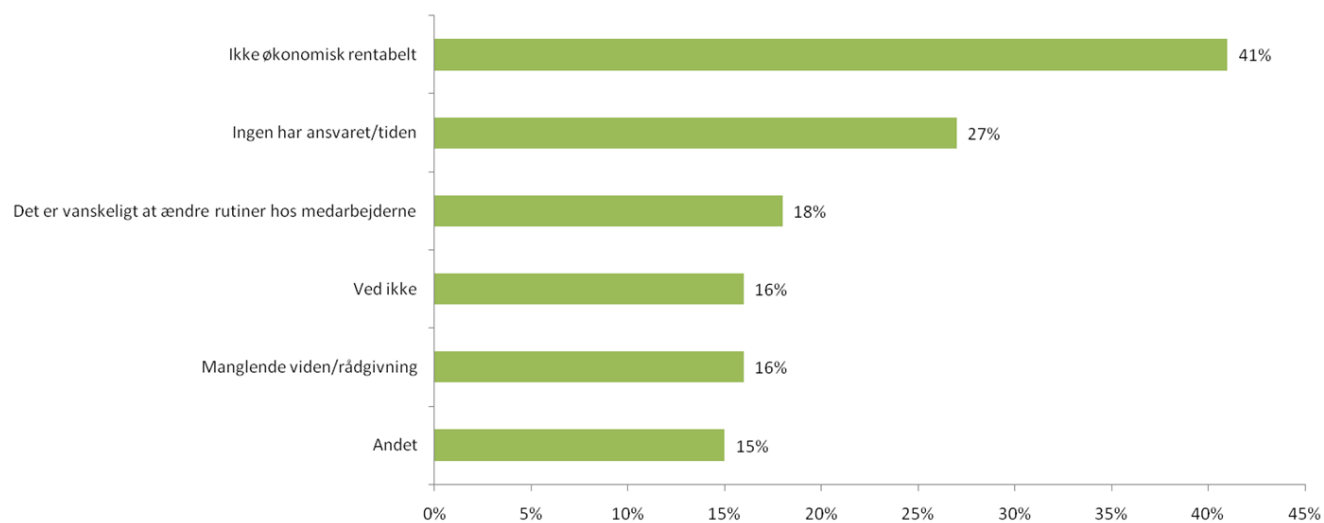
37% af respondenterne ved ikke, hvorfor de ikke gør mere ved maden, mens 29% peger på økonomien, hvilket vidner om, at udgifterne ved at gøre noget ved maden ikke i samme grad er afskrækkende som det er tilfældet inden for el, varme og transport (se Figur 22). 18% angiver at ingen har ansvaret/tiden, 12% mener det er vanskeligt at ændre medarbejdernes rutiner, mens 8% efterlyser mere viden/rådgivning.

Figur 15: Hvad er motivationen til at spare på elforbruget?



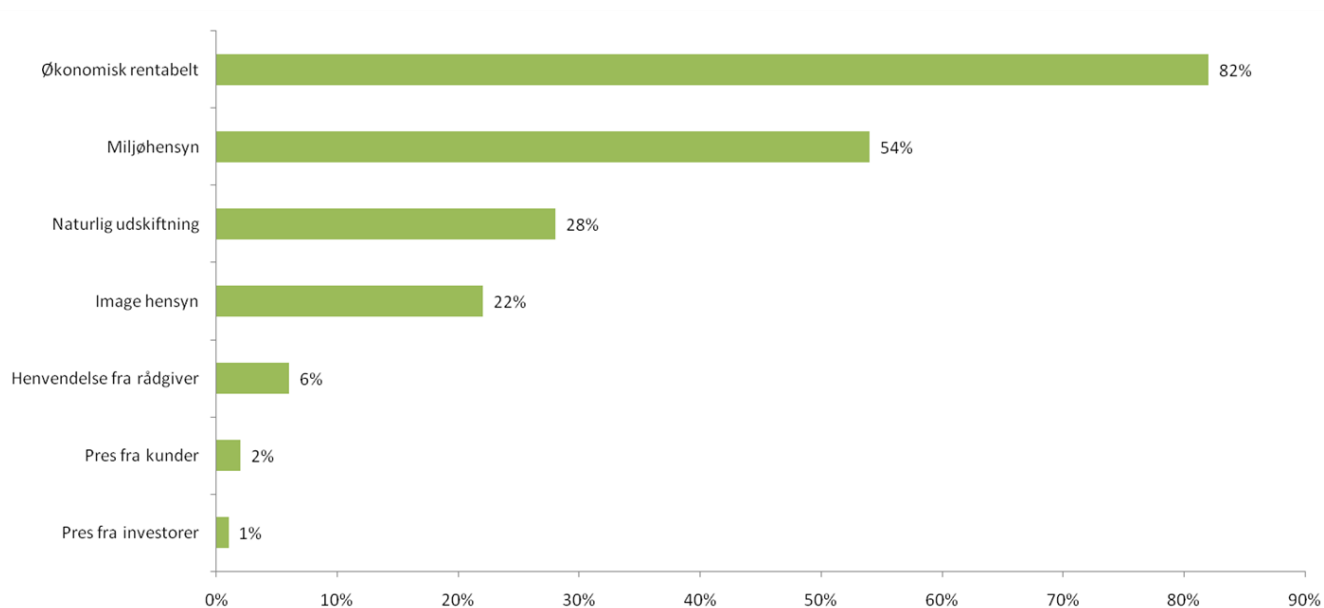
På spørgsmålet: "Hvad er de primære årsager til jeres aktiviteter inden for nedbringelse af virksomhedens elforbrug?"

Figur 16: Hvad afholder SMV'erne fra at nedbringe elforbruget?



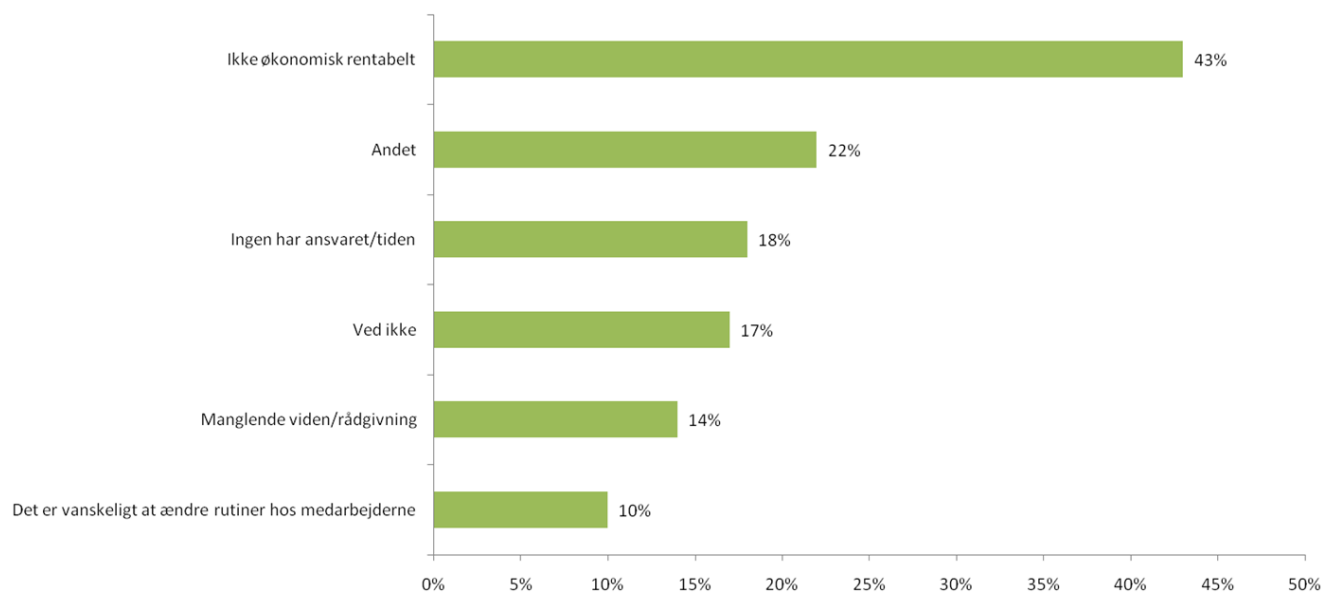
På spørgsmålet: "Hvorfor har I ikke iværksat (flere) initiativer for at nedbringe virksomhedens elforbrug?"

Figur 17: Hvad er motivationen til at spare på varmekonsumet?



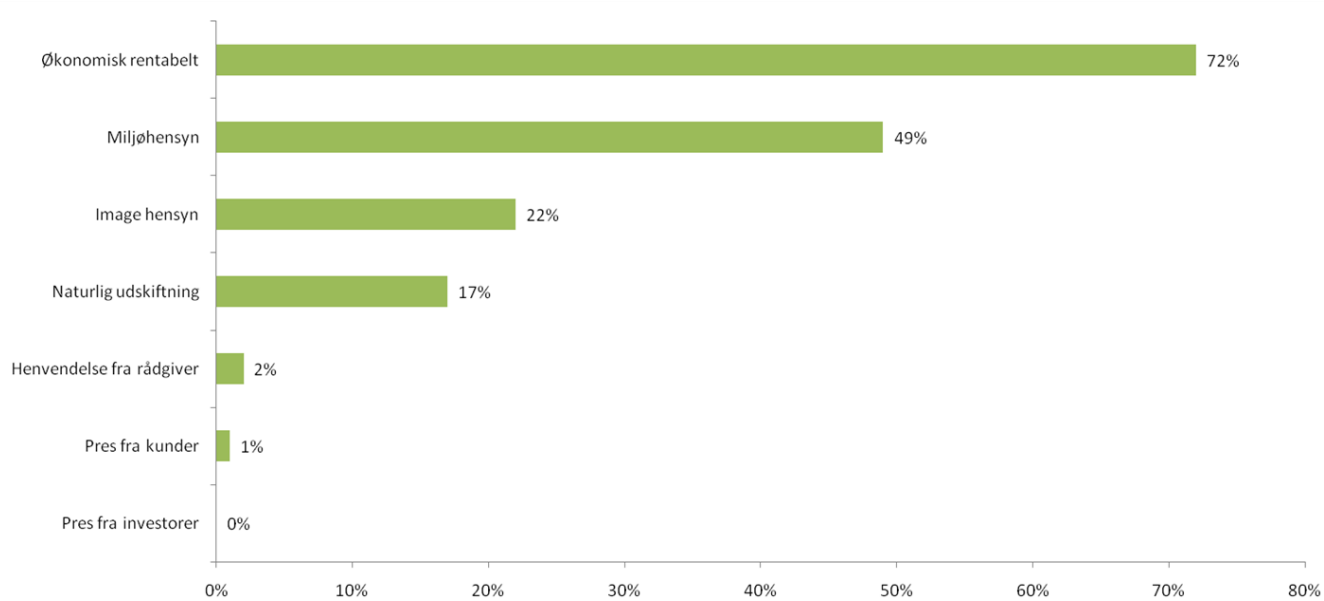
På spørgsmålet: "Hvad er de primære årsager til jeres aktiviteter inden for varmekonsum?"

Figur 18: Hvad afholder SMV'erne fra at nedbringe varmekonsumet?



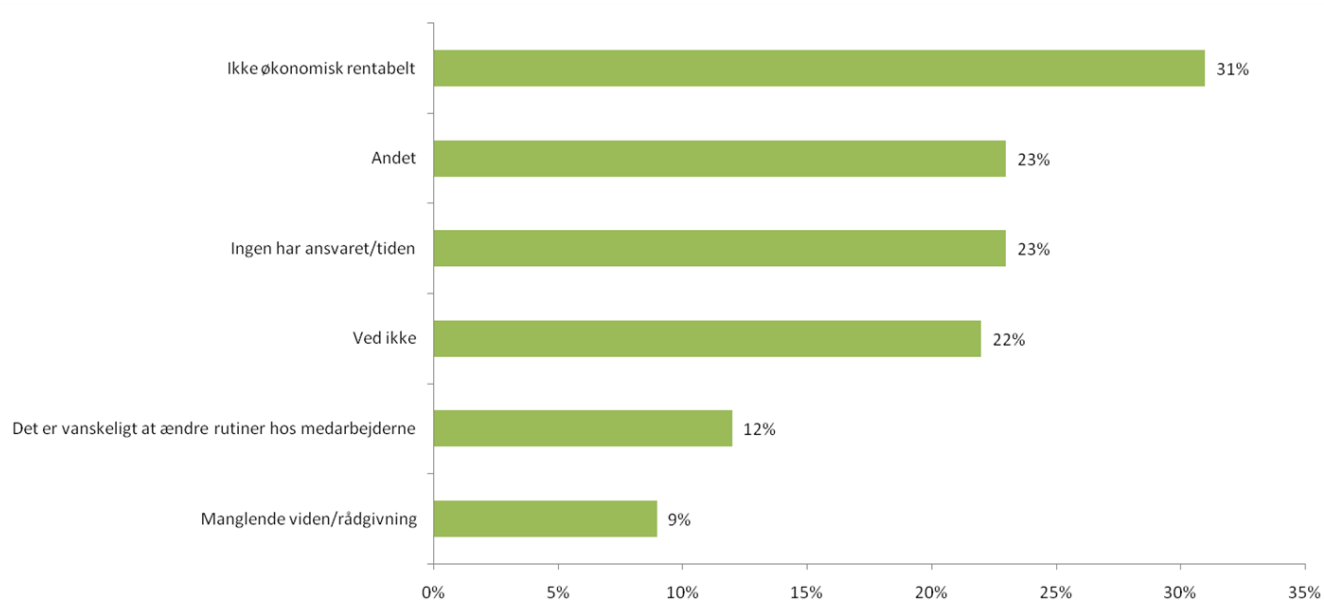
På spørgsmålet: "Hvorfor har I ikke iværksat (flere) initiativer for at nedbringe virksomhedens varmekonsum?"

Figur 19: Hvad er motivationen til at spare på transportforbruget?



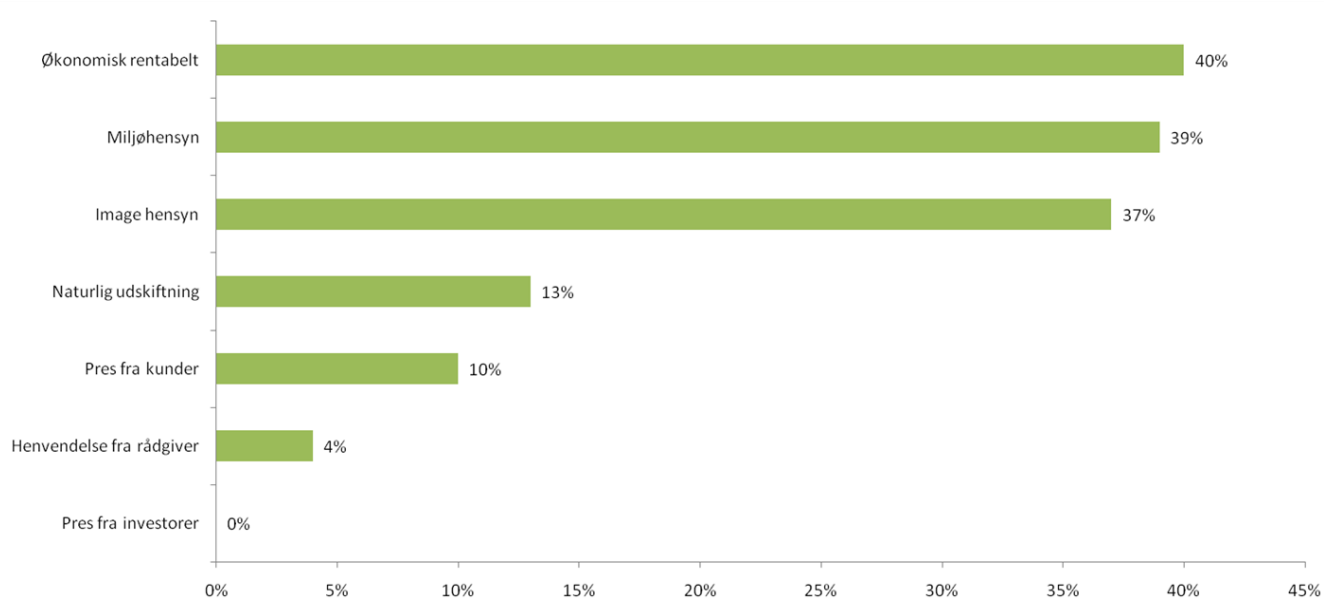
På spørgsmålet: "Hvad er de primære årsager til jeres aktiviteter inden for nedbringelse af transportforbruget?"

Figur 20: Hvad afholder SMV'erne fra at nedbringe transportforbruget?



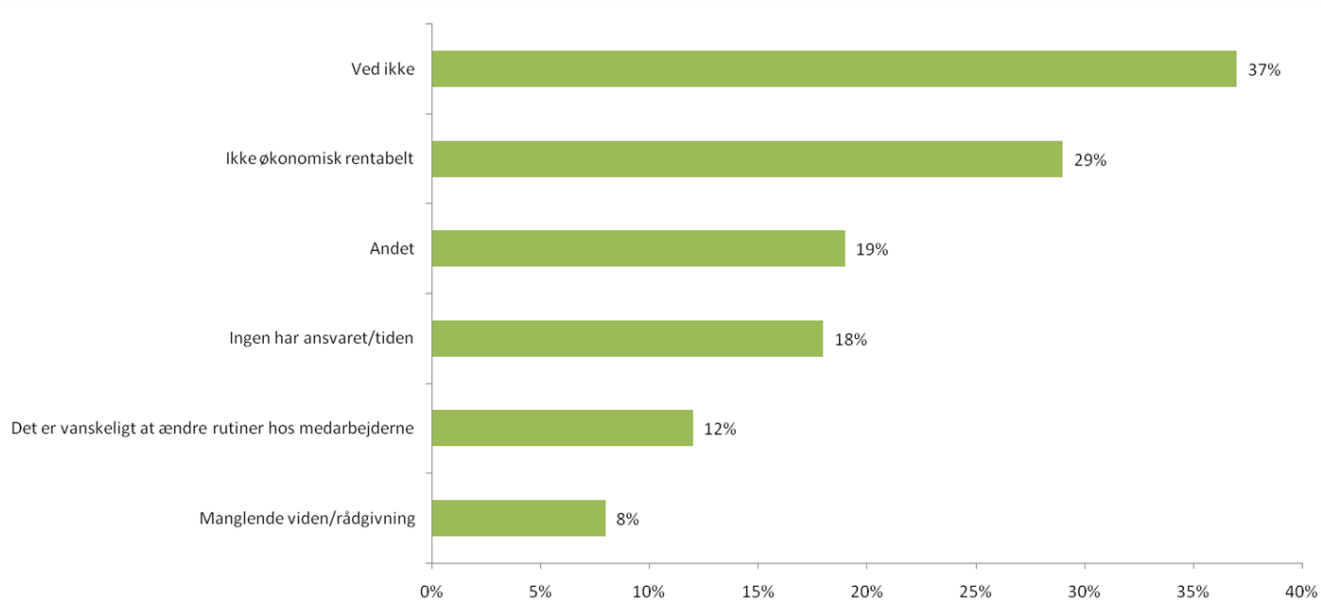
På spørgsmålet: "Hvorfor har I ikke iværksat (flere) initiativer for at nedbringe af virksomhedens transportforbrug/behov?"

Figur 21: Hvad er motivationen til at spare på madforbruget?



På spørgsmålet: "Hvad er de primære årsager til jeres aktiviteter inden for miljøvenlig mad?"

Figur 22: Hvad afholder SMV'erne fra at nedbringe madforbruget?



På spørgsmålet: "Hvorfor har I ikke iværksat (flere) initiativer indenfor miljøvenlig mad?"

Barrierer – hvor bør der sættes ind?

Konklusion:

Der er stor vilje i virksomhederne til at gøre noget ved energiforbruget, og da aktivitetsniveauet generelt er lavt, synes der at være et stort potentiale i en indsats for at fremme energieffektiviseringer i SMV'erne.

Der er en del information tilgængelig, men en væsentlig barriere er, at virksomhederne tilsyneladende ikke er opsøgende i forhold til at få råd og vejledning. Denne barriere forstærkes yderligere af, at SMV'erne tilsyneladende underprioriteres i den opsøgende rådgivningsindsats. Spørger man virksomhederne, er den væsentligste oplevede barriere af økonomisk karakter, og enkelte motiverede medarbejdere kan have vanskeligt ved at få ledelsens opbakning til at energieffektivisere. En anden væsentlig barriere er, at virksomhederne tilsyneladende har en ad hoc præget tilgang til området, hvilket indikerer manglende evne/vilje til at arbejde strategisk og langsigtet med energieffektiviseringer. Dette kan udgøre en væsentlig barriere for at opnå de mest omkostningseffektive besparelser, der bedst fås ved indsatser, når der alligevel skal foretages naturlig udskiftning af materiel/udstyr eller renoweringer.

Der vurderes derfor at være et stort og forholdsvis let tilgængeligt potentiale for at fremme energieffektiviseringer i SMV'er. Det anbefales, at en sådan indsats sigter mod aktiv involvering og dialog, at der tages udgangspunkt i gode business cases med fokus på økonomiske vindere, at det overvejes hvorvidt der bør oprettes en fond til fremme af energieffektiviseringer, at der opfordres til grøn medarbejderinddragelse, og at SMV'erne hjælpes til at arbejde mere strategisk og langsigtet med energieffektiviseringer. Indsatsen bør rettes mod SMV'er i alle størrelser og også omfatte transportområdet og varmebesparelser.

Undersøgelsen viser, at der er stor vilje i SMV'erne til at agere socialt ansvarligt og blive mere ”grønne”, men også at den gode vilje ikke automatisk omsættes i konkrete aktiviteter og fremtidsplaner. Der er behov for en yderligere indsats hvis det store besparelspotentiale i SMV'erne skal udnyttes.

Det anbefales derfor at der gøres en indsats for at fremme energieffektiviseringer i SMV'er

Som det blev nævnt indledningsvis, er der allerede en del viden tilgængelig, blandt andet i form af webportaler med vejledning, gratis rådgivning fra energiselskaber og tilbud i brancheforeningerne. På trods af mulighederne for at tilegne sig viden og dermed foretage velinformede valg om at energieffektivisere, er der tilsyneladende behov for tiltag, der direkte motiverer til flere konkrete energibesparende tiltag med udgangspunkt i de eksisterende værktøjer og konsulentordninger på markedet.

Blandt SMV'erne vurderer de fleste, at man har tilstrækkelig viden om energieffektiviseringer. Kun 4% erklærer sig ”meget enige” og 22% ”enige” i at de mangler viden på området, mens 11% er ”helt uenige” og 29% ”uenige” (se Figur 23).

Figur 23: Mener SMV'erne selv, at de mangler viden om hvad der kan gøres?



På udsagnet: ”Jeg mangler viden om hvad min virksomhed kan gøre for at energieffektivisere”

Umiddelbart er det positivt, at virksomhederne føler sig velinformeret, men hvis SMV'erne vitterligt har viden på området, kan det undre, at aktivitetsniveauet og antallet af fremtidsplaner ikke er højere. Som det fremgår af flere undersøgelser, er der stadig store potentielle besparelser at hente, og det er dokumenteret at en lang række konkrete investeringer har korte tilbagebetalingstider og dermed udgør en god business case for virksomhederne. Når så få mener, at de mangler viden, kan det derfor også tolkes som udtryk for det modsatte er tilfældet, og at virksomhederne ikke af sig selv opsøger feltet, ligesom de mindre virksomheder ikke i samme omfang får tilbudt konsulent-ydelser af energiselskaberne. Der ses således ikke umiddelbart behov for at udarbejde yderligere informationsmateriale, men snarere behov for at gennemføre aktiviteter, der kan fungere som "eye opener" for ledelsen i de enkelte virksomheder, så den bliver opmærksom på de reelle økonomiske besparelser, der kan hentes gennem energieffektiviseringer.

Det anbefales derfor, at der igangsættes en direkte *opsøgende* indsats på ledelsesniveau i SMV'erne, og at der sigtes mod *aktiv involvering af og dialog med målgruppen med udgangspunkt i de værktøjer, der allerede er tilgængelige for målgruppen.*

Økonomien er uden sidestykke den største motivationsfaktor for virksomhederne når der energieffektiviseres, ligesom økonomien også er den hyppigste årsag til ikke at gøre mere. Økonomien er således den suverænt største oplevede barriere for øgede tiltag, når man spørger virksomhederne. Andre gode argumenter så som miljøhensyn og imagehensyn er ikke uvæsentlige, men øgede energieffektiviseringer i SMV'erne vil i fremtiden sandsynligvis være betinget af, at man kan påvise den gode business case i at energieffektivisere.

Det anbefales derfor, at en *opsøgende* indsats over for SMV'erne tager udgangspunkt i gode *business cases* og økonomiske vindere

Det store økonomiske besparelspotentiale og virksomhedernes fokus på økonomien taler for, at man overvejer etableringen af en lånefond til finansiering af energieffektiviseringer i SMV'er. Fonden skulle ikke træde i stedet for de nuværende opsøgende aktiviteter, men supplere og styrke de nuværende indsatser. Respondenterne peger samstemmende på økonomien som den centrale barriere, og med oprettelsen af en fond vil det være muligt for alle virksomheder at være med, ligesom energiselskaber og det nye Center for Energibesparelser vil få et nyt redskab i værktøjsskassen. En model kunne fx. være, at fonden lægger ud for investeringen og får tilbagebetaling i form af de sparede midler til energiforbrug, indtil lånet er betalt tilbage (ESCO-modellen). Bevillingerne fra fonden bør ske i kraft af lavtforrentede lån der går til konkrete energieffektiviseringer, og når en investering har tjent sig selv hjem tilfalder de efterfølgende besparelser virksomheden. Omkostningerne ved oprettelsen af en sådan fond vil primært være forbundet med rentetab, og samfundsmæssigt vil dette være en god investering i kraft af de energibesparelser, som følger med.

Det anbefales derfor, at det overvejes hvorvidt der bør *oprettes en ny fond* til fremme af energieffektiviseringer i SMV'er som supplement til de eksisterende indsatser

Hvis fonden støtter energieffektiviseringer med en tilbagebetalingstid på op til 10 år, vil det fulde potentiale for nedbringelse af energiforbruget i SMV'er være 24,79 – 37,18 PJ årligt jf. tabel 1. Heraf vil en stor del kunne finde sted i de ikke kvotebelagte sektorer som transport og varmeforsyning til bygninger uden for fjernvarmen. Det vil især ske, hvis man sætter målet ind over for energieffektivisering og besparelser på disse områder, hvor der i dag er særlig lidt aktivitet.

En øget indsats over for SMV'erne bør således inkludere et særligt fokus på besparelespotentialerne inden for transport og varmebesparelser i bygninger

Medarbejderne sidder ofte inde med unik viden om, hvor energibesparelserne kan hentes, idet medarbejderne er tæt på energiforbrugende processer i hverdagen. Som det blev nævnt indledningsvis, er der stort potentiale i grøn medarbejderinddragelse, og nærværende undersøgelse indikerer at enkelte medarbejdere kan være særligt motiverede for at medvirke til en energibesparende indsats, men at det kan være vanskeligt at få ledelsens opbakning. Der kan samtidig peges på det manglende incitament i form af aflønning, som ellers kan være en motivation for den enkelte til at udvikle nye tiltag.

Det anbefales derfor, at en opsøgende indsats sigter mod grøn medarbejderinddragelse, hvor særligt motiverede medarbejdere involveres i energibesparelserne

Undersøgelsen viser, at SMV'erne primært iværksætter indsatser for at nedbringe elforbruget, og at mange virksomheder også fokuserer på maden. Varmeforbrug prioriteres ikke i samme omfang, og transport halter tilsyneladende alvorligt bagefter, særligt hvad angår fremtidsplanerne. Fælles for alle indsatsområder er, at en meget lille andel af SMV'erne arbejder strategisk og langvarigt med de fremadrettede indsatser, og det er således de færreste der har planer om at energieffektivisere. Dette er på sigt en alvorlig barriere for handling i SMV'erne, da energibesparelser typisk bedst kan betale sig og give den største forrentning, når man foretager den på et tidspunkt, hvor man alligevel skal udskifte sine maskiner, sit tag, sine PC'er etc. Det er således afgørende for rentabiliteten i besparelserne – og dermed for motivationen i virksomheden – at den indgår i en langsigtet strategisk tænkning. Fraværet af strategisk planlægning i SMV'erne vidner om en noget kortsigtet og ad hoc præget tilgang blandt virksomhederne, hvilket alt andet lige må betyde at energieffektiviseringer ikke prioriteres højt, og at der bør gøres en indsats for at motivere virksomhederne til at arbejde mere strategisk med energieffektiviseringer.

Det anbefales derfor, at virksomhederne opfordres til og assisteres i at indarbejde energieffektiviseringer i deres langsigtede strategiske planlægning

Man kunne forestille sig at de større virksomheder ville have mere fokus på energieffektiviseringer end de helt små, men dette synes ikke at være tilfældet. Grundet undersøgelsens relativt lille population kan der ikke konkluderes noget præcist, men det generelle billede er, at der kun er en lille forskel mellem konkrete indsatser i virksomheder med forskellig størrelse. Det samme gør sig gældende for fremtidsplanerne. Selvom man kan opnå de største enkeltstående besparelser ved at rette indsatsen mod de større SMV'er, viser tallene også, at det fulde potentiale kun kan opnås ved en bred indsats, da de mindre SMV'er samlet står for langt størstedelen af økonomien og energiforbruget.

Det anbefales derfor, at indsatsen rettes mod SMV'er i alle størrelser