

# Adfærdskampagne på arbejdspladsen



Ditte Vesterager Christensen  
Louise Toftebjerg Schneider  
Center for Energibesparelser

# Formål med kurset

Input til

- Hvordan I gennemfører en adfærdskampagne?
- Hvilke værktøjer I kan bruge?
- Hvordan I kan kommunikere kampagnen?

...plus erfaringsudveksling



# Program

- 13.00-13.10 Velkommen + Formål og program
- 13.10-13.40 Planlægning, organisering, gennemførelse
- 13.40-14.10 Se Elforbrug og Se Varmeforbrug
- 14.10-14.20 Pause – kaffe/the og kage
- 14.20-14.40 Kampagnemateriale, synliggør., komm.
- 14.40-15.00 Tag teknikken til hjælp; SparOmeter m.v.
- 15.00 Afslutning



---

# Adfærdskampagne – hvordan?

---

Ditte Vesterager Christensen  
Center for Energibesparelser



# Hvorfor gennemføre adfærdskampagne?

- Fordi man har gjort, hvad man kan med teknikken
- Fordi der er et stort potentiale (5-10%)
- Fordi det er "gratis" (kræver ikke egentlig investering)
- Fordi der er andre fordele:
  - Engagement og fælles sag – bedre arbejdsmiljø
  - Positiv reklame – signalerer CSR
- Hvad er jeres drivkraft? Kr. / CO2 / arbejdsmiljø...?

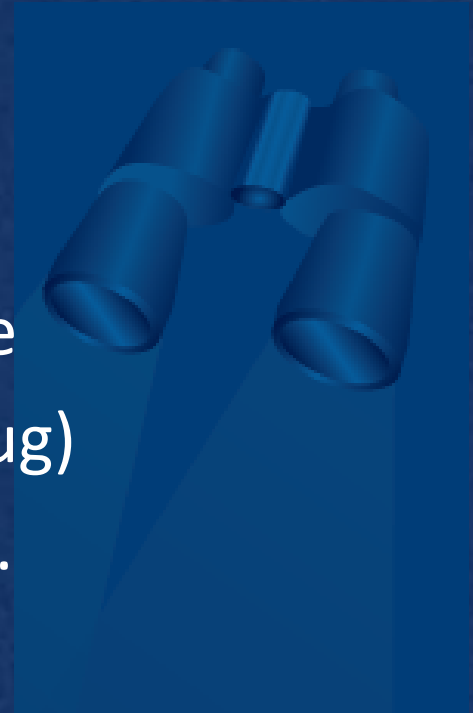
# Hvad handler det om?

- Luk og sluk!
  - Luk vinduerne efter udluftning
  - Sluk lyset, når du forlader rummet
  - Sluk PC, skrivebordslampe, hæve-sænkebord, højttalere...
  - Sluk kopimaskine/printer, kaffemaskine, projektor...
- Også på fællesarealerne
  - Gangen, toilettet, køkkenet, møderummet
- 40 % af strømmen bruges uden for arbejdstid
- 21 °C = 3 på termostaten (alle radiatorer)
- Hvad er en besparelse på 5-10 % er værd hos jer?



# Når kampagnen forberedes

- Udpeg projektleder + evt. projektgruppe
- Kend jeres forbrugsmønstre (Se-Elforbrug)
- Sæt konkrete mål i % / kroner / CO2 etc.
- Fastsæt tidsramme (2 uger – 3 mdr.)
- Få ledelsens opbakning til målene og kampagnen
- Find temaer, aktiviteter og præmier, der passer til jer
- Timing
  - Vælg et tidspunkt, hvor der ikke er alt for travlt



# Organisering er vigtigt

- Projektlederen skal drive processen
- Ledelsen skal sætte i gang og bakke op
- Projektgruppe / "Energisparebande" kan
  - Afdække besparelespotentialer
  - Finde på gode spareråd, der passer til arbejdspladsen
  - Lave konkrete regneeksempler til kampagnen
- Ambassadører skal støtte kampagnen lokalt
- Beskriv rollerne klart
- Meld ud og følg op



# Kampagneplan

Mål, tidsplan, organisering

(Borgmester)brev til samtlige ledere:  
Støt kampagnen + udpeg ambassadører

Inspirationskursus for ambassadører:  
Hvordan spare + bruge materialet + motivere

Kick-off-arrangement (alle inviteres)

Intern kommunikation i hele kampagneperioden

Afslutning, præmier, fest...

# Hvordan skal kampagnen virke?

Eksempel - en kommune:



# Hold kampagnen i live

- Vis at det virker:
  - resultatplakater, ugentlige resultatmails, videresend medarbejdertips etc.
- Ugemails
  - status på konkurrencen, nyt sparetema, kampagnofilm
- Brug flyers – klistermærker – dørhængere – post-it
- Præmier gode spareideer hver uge, fx med en kage
- Brug de interne medier og møder:
  - Mail, fællesmøder, intranet, nyhedsbrev etc.
  - Involver også ledelsen – interview dem fx til nyhed



# Hvordan motiverer jeg kollegerne?

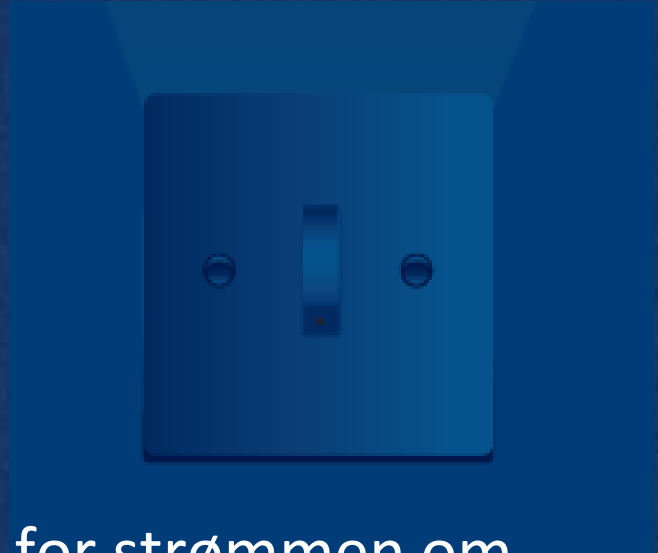
- Vedkommende og enkle budskaber
  - Konkret og faktuel
    - Hvad kan vi gøre, for at spare energi
    - Hvor mange kWh kan vi spare, hvis vi alle sammen...
  - What's in it for me?
    - Kort sigt: Konkurrence med præmier
    - Langt sigt: Kan arbejdspladsen beholde egne besparelser?
    - Omsæt besparelsen til kerneydelse (fx børnehave = flere udflugter)
- Ikke for mange budskaber på én gang – tag resten i senere kampagner!

# Hvordan motiverer jeg kollegerne?

- Synlig opbakning fra ledelsen
  - Mail fra ledelsen om kampagnen
  - Ledelsen deltager selv i konkurrencen (chefens kontor som case)
  - Synliggør eventuelle tekniske/bygningsmæssige tiltag, der er i gang
- Ambassadører går foran
  - Find nøglepersoner, som kan motivere
  - Engager dem som frontløbere – ansvar, klar rolle
- Fællesskab gør det sjovere
  - Tillægskonkurrencer der kræver fælles indsats
    - Hold-opgaver med at lave team-foto, team-slogan etc.
    - Foto-konkurrence med fotos af energispare-aktioner

# Møder du modstand?

- Vis eksempler/cases
- Saml på eksempler - fx
  1. nogen der har slukket centralt for strømmen om natten, og kan leve med det
  2. nogen der har opnået målbare resultater
  3. nogen der har sat urstyring på kaffemaskinen etc..
- Prøv med humor



# Tag godt imod de skeptiske

- Der vil altid være nogle, der ikke kan lide forandring
  - Vigtigt at de ikke spreder dårlig stemning
  - Spot dem hurtigt
  - Forsøg at imødekomme dem
    - Hvad kan gøre det her nemmere for dig?
  - Gør det klart, at energi er et prioriteret mål – ikke valgfrit (Ledelsesopbakning afgørende!)
- Forandring i tre trin
  - Frontløbere
  - Mainstream
  - De sidste

# Afslutning – men ikke helt...

- Afslut kampagnen med manér
- Fællessamling:
  - Tak for indsatsen, fortæl om resultater, uddel præmier, gode/sjove historier fra kampagnen (gerne med billeder) etc..
- Opfordre til at forsætte i god stil og til at minde hinanden om det...
- Tag de gode vaner med hjem
- Læg evt. op til at genoptage kampagnen et år senere
- Evaluér forløbet



# Hold de gode vaner ved lige!

- Adfærdskampagner har en tidsbegrænset effekt
- Gentag dem fx årligt – med ny vinkel hvert år
  - Nye indsatsområder
  - Nye grunde til at spare
  - Nye humoristiske slogans
- Ambassadører fastholder fokus mellem kampagnerne
- Energiledelse kan gøre energibesparelser til en vane i organisationen og på ledelsesplan
  - Systematisk overblik, handlingsplaner, opfølgning
  - Løbende synliggørelse



# Lyngby – adfærdskampagne 2009

- Hele kommunen omfattet: 12 skoler, 50 institutioner
- Kampagnestart v/ borgmesterens nytårskur
- Styregruppe og kampagneplan på plads
- Kampagneperiode 3 mdr.: "Tænk globalt – sluk lokalt"
- Inspirationskursus for tekniske ledere + ambassadører
- Spareforslag fra kommunens medarbejdere
- Præmier: kurv med øko-lækkerier og elspareudstyr
- Nyhedsbreve på intranet og omtale af resultater i DGO
- Fx 25% reduktion på rådhus, 18 % i en fritidsklub

---

# Kommunikér adfærdskampagnen

---

Ditte Vesterager Christensen  
Center for Energibesparelser



# Start med kampagnefilm!



- 3 kampagnefilm
- Hent på [spareenergi.dk](http://spareenergi.dk)
- Brug i kick-off-mail
- Følg op med det øvrige kampagnemateriale

# Brug CFE's kampagnemateriale

## Slogan-plakater

Takket være dig går årets firmatur til Rio

Over dig smaltørstlig for din arbejdsløshed. Tak værster og så for skikkelige apponier, der er tænkt uden at blive brugt. Det gælder både i løbet af dagen, og inden du går hjem. Så hjælper du din arbejdsgiver til store energibesparelser – og samtidig gør du dig selv til dagens helt.



HUSK, SIDSTE MAND LUKKER & SLUKKER

Center for Energibesparelser 

En morgen kommer du på arbejde og så

njørnekontoret  
vet dit

Over dig smaltørstlig for din arbejdsløshed. For skikkelige apponier, der er tænkt uden at blive brugt. Det gælder både i løbet af dagen, og inden du går hjem. Så hjælper du din arbejdsgiver til store energibesparelser – og samtidig gør du dig selv til dagens helt.



HUSK, SIDSTE MAND LUKKER & SLUKKER

Center for Energibesparelser 

Nu kan chefen pludselig  
dt huske  
navn

Over dig smaltørstlig for din arbejdsløshed. For skikkelige apponier, der er tænkt uden at blive brugt. Det gælder både i løbet af dagen, og inden du går hjem. Så hjælper du din arbejdsgiver til store energibesparelser – og samtidig gør du dig selv til dagens helt.



HUSK, SIDSTE MAND LUKKER & SLUKKER

Center for Energibesparelser 

Her knækker vi energikurven

Over dig smaltørstlig for din arbejdsløshed. For skikkelige apponier, der er tænkt uden at blive brugt. Det gælder både i løbet af dagen, og inden du går hjem. Så hjælper du din arbejdsgiver til store energibesparelser – og samtidig gør du dig selv til dagens helt.



HUSK, SIDSTE MAND LUKKER & SLUKKER

Center for Energibesparelser 

- Humor er centralt
- Ironi er bærende i kampagnen
- Vil du være chefens darling?

# Brug CFE's kampagnemateriale

## Konkurrence-plakater

**SLUK OG VIND**  
morgenmad og eftermiddagskage  
(Det er chefen der gi'r)

Oer dig uundværlig for din arbejdsplads.  
Luk vinduer og sluk for apparater, der er tændt uden  
at blive brugt. Så gør du dit til, at chefen giver mor-  
genmad og eftermiddagskage til alle. Start inden  
du slætt i dag.



   **HUSK, SIDSTE MAND  
LUKKER & SLUKKER** 

Center for Energibesparelse

Nu er det  
ikke kun chefen  
der holder øje  
med dig



Forbrug 1 %						
105						
100	Kampagnestart					
95						
90						
85						
	Uge 1	Uge 2	Uge 3	Uge 4	Uge 5	Uge 6

   **HUSK, SIDSTE MAND  
LUKKER & SLUKKER** 

Center for Energibesparelse



# Brug CFE's kampagnemateriale

## Driftsfoldere

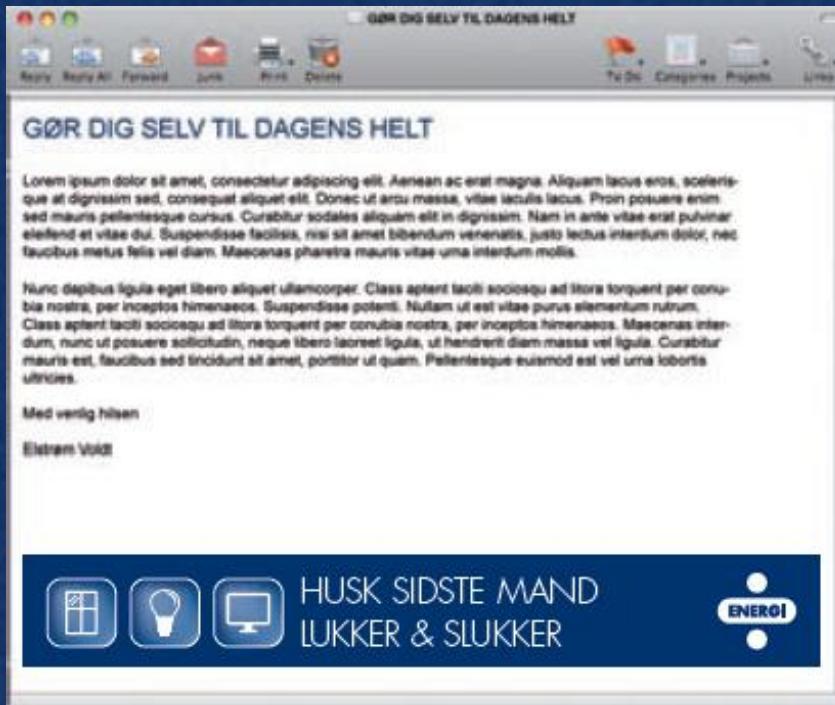


## Info-flyers



## Kampagneguide

# Kick-off via mail (+ interne medier)



- Kære kollegaer!
- Hjælp os med at stoppe energispildet
- Teknisk gør vi også, hvad vi kan
- Vi har sat os et mål...
- Du kan følge udviklingen...
- Sluk – og vind
- Det kan du gøre
- Se kampagnevideoen!

Hent mail-skabelon på [www.spareenergi.dk](http://www.spareenergi.dk)

# Uge-mails holder kampagnen i live



- Det går godt med kampagnen!
- Vi har allerede sparet...
- Jeg har set, at I slukker...
- X og Y fik præmierne sidste uge
- Nyt tema hver uge
- Herunder konkrete spareråd
- Husk der er præmier på højkant!
- Indkomne spareforslag
- Sjove spare-historier – husk fotos!
- Chefen har også sparet...

Hent mail-skabelon på [www.spareenergi.dk](http://www.spareenergi.dk)

# Afslutningsmail



- Nu har vi sparet i ... uger
- Vi har sparet ... kWh og kr.
- Vinderen blev...
- Hold fast i de nye vaner
- Tag vanerne med hjem
  - Inspiration på spareenergi.dk
- Tak for indsatsen!

Hent mail-skabelon på [www.spareenergi.dk](http://www.spareenergi.dk)

# Brug kampagnefilmene...



- Til kick-off (mail og arr.)
- Som krydderi i ugemails
- Som reminder i perioder uden kampagne
- ...

# Ekstern kommunikation



- Plakaterne gør kampagnen synlig for eksterne gæster
- Fremstil gode illustrationer til intern og ekstern brug
  - Fotos fra kampagnen
  - Grafer over udviklingen
- Få artikler i (lokal)pressen
  - Start, undervejs og slut
- Spred presseklip internt i organisationen

---

# Find materialet

Læs om, download og bestil materialet her:  
[www.spareenergi.dk/medarbejderkampagne](http://www.spareenergi.dk/medarbejderkampagne)

Se materialet live i dag  
...og tag gerne et sæt med hjem!

Fra holdning til handling med kampagne til hele skolen



# Spørgsmål?

Center for Energibesparelsers Kunderådgivning

Tlf.: 70 26 90 09

@: sparel@sparel.dk

web: [www.spareenergi.dk](http://www.spareenergi.dk)

Ditte Vesterager Christensen

mail: [dvc@sparel.dk](mailto:dvc@sparel.dk)

