

# Go'Energi

Center for  
Energibesparelser

**HANDLINGS**plan 2011



# Center for Energibesparelser - Handlingsplan 2011

## Forord ved bestyrelsesformand Erik Jacobsen

Danmark skal i 2050 producere al sin energi uden brug af fossile brændsler. Det er meldt klart ud som en målsætning fra regeringens side. Danskerne skal altså til den tid ikke bare have slukket for det sidste olie- og naturgasfyr. Hele den centrale el- og varmeproduktion skal også være omlagt til CO<sub>2</sub>-neutrale energikilder, og det vil være slut med at anvende fossile brændsler til procesenergi i industrien og landbruget. For slet ikke at nævne energi til transport. Det er en kæmpe omstillingsproces, der skal gennemføres i alle dele af samfundet. Ikke mindst, hvis vi ønsker at opretholde vores nuværende komfortniveau og udviklingsmuligheder. Det kan bedst betale sig at løse denne udfordring ved at supplere udbygningen af den vedvarende energiproduktion med energieffektivisering. Center for Energibesparelser skal derfor være med til at lette vejen til dette mål, og centret vil være involveret i aktiviteter inden for mange energiforbrugsområder.

I 2050 vil stort set hele produktionsapparatet i erhvervslivet under alle omstændigheder være skiftet ud, og centret skal først og fremmest være med til at sikre, at virksomhederne får stillet viden til rådighed, så det bliver nemt at inddrage energiaspekter ved ombygning og ved projektering af nye anlæg.

Til gengæld vil en stor del af vores boliger og andre bygninger stadig eksistere om fyrré år. I dag går næsten halvdelen af det samlede energiforbrug i Danmark til opvarmning af bygninger, og de fleste ældre bygninger er dårligt isolerede i forhold til nutidens krav. Mange boligejere tøver dog med at investere i forbedringer af klimaskærm og varmeanlæg, som allerede i dag er privatøkonomisk rentable. Hvis Center for Energibesparelser skal medvirke seriøst til denne kæmpe omstilling af det danske samfund, skal der kommunikeres bredt, og ikke kun til særligt energibevidste målgrupper. Centret har formuleret en strategi, der skal gøre det nemt for danskerne at spare på energien.

Center for Energibesparelser skal løfte sin opgave med et relativt lille budget. Derfor vil centret, ud over den brede kampagneindsats, kun kunne gennemføre målrettede punktnedslag. Centret har derfor formuleret en strategi for at virke gennem partnerskaber med andre aktører på markedet, som så kan fortsætte indsatsen i større skala. Centret vil fungere som en katalysator på markedet og levere troværdig viden og redskaber, som aktørerne kan bruge direkte i deres informationsindsats og markedsføring.

I det følgende beskrives centrets handlingsplan for 2011 og strategien for de næste tre til fem år.

København, 21. december 2010

Erik Jacobsen

Formand for bestyrelsen for Center for Energibesparelser

# Indholdsfortegnelse

<b>Sammenfatning</b>	<b>4</b>
<b>1 Om Center for Energibesparelser</b>	<b>6</b>
1.1 Opgaven	6
1.2 Budgettet	8
<b>2 Overordnet strategi</b>	<b>9</b>
2.1 CFE's strategiske fyrtårne	9
2.1.1 CFE gør det nemt at vælge energirigtige løsninger, produkter og processer	9
2.1.2 CFE gør det nemt at agere energirigtigt	10
2.1.3 CFE gør det nemt at gennemføre energiforbedringer i bygninger	11
2.1.4 CFE gør det nemt for andre aktører at promovere energirigtige løsninger	11
2.2 CFE's vision og grundlæggende principper	12
<b>3 Energisparepotentialer og prioritering af midler</b>	<b>15</b>
3.1 Energiforbrug og sparepotentialer	15
3.2 Overordnet prioritering af midlerne for 2011	17
<b>4 Primære virkemidler</b>	<b>19</b>
4.1 Hjemmeside	19
4.2 Massekommunikation	19
4.3 Hjælp til at vælge energirigtige produkter	20
4.3.1 Private forbrugere	20
4.3.2 Offentlige og private virksomheder	21
4.4 Overblik over rådgivere og håndværkere	21
4.5 Samle og formidle gode eksempler	22
4.6 Måltrettet indsats over for energibrugere i erhvervsvirksomheder og offentlige institutioner	22
4.6.1 Kurveknækkeraftaler	23
4.7 Undervisning af håndværkere, finansieringsfolk, ejendomsmæglere mv.	24
4.8 Facilitering af energitjenestefirmaer og -netværk (ESCO og ESCO-light)	25

<b>5 Mål og evaluering af CFE's indsats</b>	<b>26</b>
5.1 Evaluering af overordnet effekt af indsatsen	26
5.2 Evaluering af centrets konkrete aktiviteter	27
5.3 Evaluering af samspillet med aktører	27
<b>6 Aktiviteter 2011</b>	<b>29</b>
6.1 Tværgående aktiviteter	29
6.1.1 Løbende samarbejder med andre væsentlige energispareaktører	29
6.1.2 Hjemmeside	29
6.1.3 Kundecenter	30
6.1.4 Teknisk fagekspertise	32
6.1.5 Kampagne for energibesparelser i bygninger	32
6.1.6 Deltagelse i eksterne arrangementer	33
6.1.7 Facilitering af ESCO og ESCO-light	34
6.2 Private boliger	34
6.2.1 Kommende aktiviteter	35
6.2.2 Energisparemærke på energieffektive produkter	35
6.3 Offentlige energiforbrugere	37
6.3.1 Kommende aktiviteter	37
6.4 Privat erhvervsliv	39
6.4.1 Privat handel og service	40
6.4.2 Mindre og mellemstore produktionsvirksomheder (ikke-kvotevirksomheder)	41
6.4.3 Større produktionsvirksomheder (kvotevirksomheder og lignende)	43
6.5 Øvrige aktiviteter	44
6.5.1 Drift af sekretariatet	44
6.5.2 Udbudspolitik	44

## Sammenfatning

Center for Energibesparelser skal være med til at fremme omkostningseffektive energibesparelser inden for alle former for energiforbrug - undtagen transport. Og det skal ske via gennemførelse af kampagner, formidling af viden og ved at tage initiativer, der er med til at transformere markedet i den rigtige retning. Centret skal være i en konstruktiv dialog med relevante energiktører, således at centrets aktiviteter er med til at understøtte aktørernes aktiviteter på energieffektiviseringsområdet.

Denne opgave vil centret løse ved et bredt spektrum af initiativer, som er nøje tilpasset de forskellige målgrupper. Overordnet skal centret være med til at gøre det nemt at energieffektivisere sin bolig, sin butik eller sin virksomhed. Centret skal arbejde målrettet på at nedbryde de barrierer, som forhindrer eller forsinker gennemførelsen af økonomisk attraktive energiprojekter. Det handler blandt andet om at blive bevidst om effektiviseringsmuligheder, om at få et godt beslutningsgrundlag for valg af produkter og løsninger, og om at få et overblik over kvalificerede rådgivere og håndværkere.

Center for Energibesparelser bygger videre på en række af de tiltag, der blev startet af Elsparefonden. Kurveknækeraftaler, informationsmaterialer, hjemmeside og energisparemærkeordningen er under udvikling og tilpasning, så de fremover tager hensyn til centrets nye bredere sigte og nye målgrupper. Der er lagt op til et øget fokus på at udvikle og afprøve koncepter, der kan overtages og udbredes af markedets parter. Centrets fageksperter skal være med til at skabe forandring for mange energibrugere på én gang, f.eks. via eksisterende netværk i en branche. Og centret skal være med til at transformere markedet, både med hensyn til produkter og løsninger og med hensyn til ydelser, f.eks. via etablering og formidling af erfaringer om ESCO-light-koncepter. I forhold til den understøttende indsats over for håndværkere, rådgivere mv. på bygningsområdet, vil centret køre et tæt parløb med Videncenter for energibesparelser i bygninger.

Centret vil være i løbende dialog med alle væsentlige aktører på energieffektiviseringsområdet, herunder energiselskaberne, som har indgået energispareaftale med klima- og energiministeren. Dialogen skal sikre et konstruktivt samarbejde via gensidig orientering om aktiviteter og eventuelt via fælles initiativer over for udvalgte målgrupper. Endvidere vil centret være i tæt faglig dialog med relevante myndigheder, herunder Energistyrelsen, med henblik på en god synergi mellem myndighedernes reguleringsmæssige tiltag og centrets aktiviteter.

Ved prioritering af centrets midler i 2011 er der sat fokus på energiforbrug- og effektiviseringspotentialer i de enkelte målgrupper. Yderligere er der set på, hvor der er særligt meget behov for at sætte ind, fordi det går langsomt med energieffektivisering i dag. Det gælder f.eks. private boliger og mindre- og mellemstore virksomheder inden for det private erhvervsliv.

Aktiviteterne er i handlingsplanen relateret til følgende målgrupper: Private boliger, offentlige energiforbrugere og privat erhvervsliv.

For de private boligejere og –lejere vil den væsentligste indsats i 2011 være den store kampagne for energieffektivisering i bygninger. Reklamer i tv og skrevne medier vil være med til at skabe en bred opmærksomhed på effektiviseringsmuligheder. Via generel information og individualiserede værktøjer, blandt andet på hjemmesiden, vil den enkelte energibruger blive klædt på til at gå videre med gennemførelse af energiforbedringsprojekter. Med oversigter over og links til relevante kommercielle aktører er centret med til at formidle kontakten mellem energibrugerne og de rådgivere og håndværkere, der kan hjælpe med gennemførelsen af projekterne. Samtidig skaber centret en platform, som markedets aktører kan anvende til at gennemføre egne formidlings- og markedsføringsaktiviteter. Dels ved at profitere af den interesse og opmærksomhed, som kampagnen skaber, dels ved at anvende centrets informationsmateriale og værktøjer i deres markedsføring.

Indsatsen over for stat, regioner og kommuner vil fokusere på at fortsætte og udbygge igangværende aktiviteter, ikke mindst via kurveknækeraftaler. Centret vil f.eks. søge at få flere kommuner og regioner til at lave aftaler om effektivisering af energiforbrug til såvel el som varme. Samtidig vil coachingindsatsen blive udviklet, så den samme coach som udgangspunkt hjælper mange energibrugere på én gang. Der vil være fokus på at få kommercielle aktører til at overtage en del af det opfølgende arbejde. Og der vil være fokus på i samarbejde med kommunerne at skabe energibesparelser hos boligejere og virksomheder.

Inden for det private erhvervsliv vil fokus først og fremmest være på målgrupper, hvor der i dag ikke sker en koordineret og målrettet indsats for at energieffektivisere. Det er først og fremmest inden for mindre virksomheder inden for handel og service, mindre og mellemstore produktionsvirksomheder og primær landbrug. En væsentlig aktivitet vil være at gennemføre informationskampagner vedrørende energieffektivisering inden for tværgående teknologier som rumopvarmning, belysning, ventilation og køling i udvalgte brancher. Der vil derudover blive sat pilotforsøg i gang i udvalgte brancher for at hjælpe med til at skabe et målrettet fokus på løbende energieffektivisering i virksomhederne, herunder tilpassede kurveknækkerkoncepter. Endelig vil centret være med til at understøtte nye ESCO/ESCO-lightkoncepter, herunder være med til at formidle gode erfaringer til andre brancher.

Loven lægger op til, at centrets resultater skal måles på effekten af kampagneaktiviteterne, og hvor godt det lykkes med at understøtte de øvrige aktører. Der er således som udgangspunkt ikke lagt op til, at centret vil blive målt på de konkrete målbare energibesparelser. Det ville nemlig være problematisk i forhold til samarbejdet med de markedsaktører, der er bundet op på konkrete sparemål. Centret vil derfor fokusere på at opstille og måle på en række relevante succeskriterier for den generelle indsats, for de enkelte kampagneaktiviteter og for dialogen med aktørerne.

# 1 Om Center for Energibesparelser

Center for Energibesparelser (CFE) blev etableret 1. marts 2010 som afløser for Elsparefonden, der på det tidspunkt havde virket i ca. 13 år. Det nye center skal stå for kampagneaktiviteter inden for energieffektivisering i bred forstand hos husholdningerne, erhvervslivet og det offentlige. Det betyder blandt andet, at det store område med energiforbrug til rumvarme i bygninger er kommet med. Den nye konstruktion skaber muligheder for en bedre koordinering af den generelle kampagneindsats i samspil med andre aktører på området. Det betyder en meget væsentlig udvidelse af det marked, CFE skal dække. Målt i energiforbrug er der tale om en ottedobling af det område, Elsparefonden dækkede. Når indsatsen skal ske med cirka det samme årlige budget, som Elsparefonden havde til rådighed, må der nødvendigvis ske markante ændringer i prioriteringen af midlerne.

Denne handlingsplan er den første for CFE. Den gør rede for strategien for CFE's virke i de næste tre til fem år. Strategien skal sikre, at centrets midler overordnet set anvendes, så det giver anledning til størst mulig energieffektivisering. Samtidig skal den være så konkret, at den udgør rammebetingelserne for de konkrete aktiviteter, herunder handlingsplanen for det kommende år.

## 1.1 Opgaven

Overordnet vil CFE indgå i den samlede indsats for at knække kurven for Danmarks bruttoenergiforbrug og dermed reducere landets afhængighed af fossile brændsler og mindske miljø- og klimabelastningen.

CFE's konkrete opgaver er defineret i lovgrundlaget for centret (lov nr. 1516 af 27/12/2009). Ord fremhævet med **fed skrift** herefter stammer fra loven eller fra bemærkningerne til lovforslaget.

CFE skal fremme **omkostningseffektive energibesparelser** for alle områder i samfundet undtagen energiforbrug til transport. Omkostningseffektiv betyder, at det helst skal være en god forretning for såvel den enkelte energibruger som for samfundet. Energibesparelser tolkes her som energieffektivisering - altså at opfylde et givet behov, f.eks. opvarmning af et hus, med et lavere energiforbrug, og dermed lavere energiomkostninger og klimapåvirkning. Og uden at det sker på bekostning af indeklima, arbejdsmiljø, sundhed, kvalitet og arkitektoniske værdier. Energieffektiviseringerne skal være i så stort omfang, at de kan modvirke et eventuelt større behov, så der opnås en reel reduktion i energiforbruget.

Dette skal CFE opnå gennem **kampagner, vidensformidling, markedsintroduktion og udvikling og formidling af standardiserede energibesparende produkter og løsninger**. Kampagner og vidensformidling er den brede indsats over for de enkelte målgrupper via massekommunikation, hjemmeside, kundecenter mv. Markedsintroduktion kan f.eks. være i form af, at CFE fremmer energieffektive produkter, der er nye eller endnu ikke er blevet standard på markedet. Og udvikling og formidling af standardiserede energibesparende produkter og løsninger kan ske ved at formidle standardløsninger til konkrete energiforbedringer udviklet af Videncenter for energibesparelser i bygninger, eller ved, at CFE er med som konceptudvikler for et lokalt initiativ til et ESCO-light-netværk.

Centret skal **koordinere sin virksomhed med andre aktiviteter til fremme af energibesparelser. Centrets indsats skal understøtte andre aktørers indsats, herunder de kollektive energiforsyningsvirksomheders aktiviteter.** I energispareaftalen med energiselskaberne er det formuleret således: "aftalen forudsætter, at der etableres et Center for Energibesparelser, som varetager generelle opgaver med kampagner, markedspåvirkning, m.v. inden for alle sektorer og anvendelsesområder, bortset fra transport, og at centerets indsats tilrettelægges så den understøtter selskabernes realisering af energibesparelser". Det skal CFE gøre ved at være i løbende dialog med alle relevante aktører og så vidt muligt koordinere kampagnetiltagene. CFE kan vælge at gennemføre fælles kampagner med én eller flere aktører. Desuden skal CFE's kampagneaktiviteter skabe en større parathed hos energibrugerne til at gennemføre energieffektiviseringstiltag. Derved øges effekten af de andre aktørers tiltag, f.eks. kommercielle aktører på markedet. CFE kan også samle og operationalisere information fra andre myndigheder som en del af CFE's informationsindsats, f.eks. om A-G-mærkede produkter eller udvalgte dele af bygningsreglementets bestemmelser. Tilsvarende kan CFE's gode råd, lister over energieffektive produkter, standardløsninger, on-line-beregnere mv. indgå i andre aktørers kampagneaktiviteter.

## 1.2 Budgettet

CFE's årlige budget ligger i øjeblikket på ca. 95 millioner kr. Heraf går ca. 12 millioner kr. til løn til projektledere og til driften af sekretariatet. De resterende midler anvendes til direkte omkostninger i forbindelse med kampagne- og informationsaktiviteter, herunder udgifter til fagkonsulenter. Midlerne kommer primært fra energisparebidraget på 0,6 øre/kWh, som opkræves fra alle private og offentlige elkunder i Danmark. I 2011 suppleres med midler til kampagnen for energibesparelser i bygninger og ubrugte midler fra 2010. I alt er der et budget på ca. 156 millioner kr. for 2011.

## 2 Overordnet strategi

Etableringen af CFE er udtryk for, at der i regeringen og folketinget er en bred opbakning til, at der er brug for en betydelig og koordineret indsats for at opnå energieffektiviseringer. Sammen med energiselskabernes og andre aktørers indsats kan CFE sikre, at vi for alvor får knækket kurven for Danmarks bruttoenergiforbrug. Der er stadig mange muligheder for at gennemføre rentable energiprojekter inden for stort set alle sektorer, og det er tydeligt, at de almindelige markedsmekanismer ikke alene klarer opgaven. CFE vil arbejde målrettet på at reducere de barrierer, der i dag i praksis hindrer eller forsinker udnyttelsen af disse potentialer.

For at opnå tilstrækkelig stor effekt af CFE's relativt begrænsede økonomiske midler, vil det være nødvendigt at anvende nye metoder til at påvirke markedet i en gunstig retning. Ud over den brede informationsindsats, skal CFE først og fremmest gå forrest med udvikling af koncepter, der efterfølgende kan anvendes af kommercielle aktører som en del af deres markedsføring og kunderådgivning. Den hjælp, CFE's fagkonsulenter yder, skal som udgangspunkt altid komme mange energibrugere til gavn.

### 2.1 CFE's strategiske fyrtårne

Der er mange forskellige typer af barrierer, og udfordringerne kan være meget forskellige i forskellige sektorer. For at tackle barriererne og udfordringerne har CFE opstillet fire strategiske fyrtårne, som angiver retningen for arbejdet:

- CFE gør det nemt at vælge energirigtige løsninger, produkter og processer
- CFE gør det nemt at agere energirigtigt
- CFE gør det nemt at gennemføre energiforbedringer i bygninger
- CFE gør det nemt for andre aktører at promovere energirigtige løsninger

Når CFE gør det nemt, betyder det, at CFE vil være med til at skabe et godt grundlag for energibrunderens beslutninger for sit energiforbrug – både i forhold til opbygningen og driften af systemet. Det betyder, at energibrunderen skal kunne tage velovervejede beslutninger med et minimum af tidsforbrug og med et maksimum af tryghed. Kun på den måde vil det være muligt at få den brede gruppe af energibrugere til at realisere de potentialer, der er for rentable forbedringer.

#### 2.1.1 CFE gør det nemt at vælge energirigtige løsninger, produkter og processer

CFE skal gøre det nemt for energibrugere at afdække det egentlige behov og vælge den rigtige energiløsning. Ofte kan energibehovet dækkes med flere forskellige tekniske løsninger, f.eks. kan CFE oplyse om fordele og ulemper ved forskellige alternativer til et ældre og udskiftningsmodent oliefyr i en villa.

Det er altid meget billigere at vælge energirigtigt, når man alligevel skal købe nyt udstyr. Så er det kun en eventuel merinvestering, der skal finansieres af det lavere energiforbrug. Det gælder uanset, om det er den private forbruger, der skal købe et nyt køleskab, den offentlige indkøber, der skal købe belysningsanlæg til en skole eller den tekniske indkøber i en virksomhed, der skal bestille et nyt inddamperanlæg. Det kræver overblik

over markedet, både i forhold til funktion og kvalitet, men også i forhold til den faktiske energieffektivitet. CFE skal være med til at skabe, vedligeholde og formidle dette overblik på de områder, hvor det vil gøre en væsentlig forskel. Dvs. fortrinsvis på områder, hvor der er et stort uudnyttet sparepotentiale, og hvor der i dag er mangel på denne form for uafhængigt informationsgrundlag.

Energisparemærkning af produkter er et eksempel på dette. EU's obligatoriske A-G-mærkning deklarerer de mærkede produkter i effektivitetskategorier, og EU's ecodesignkrav fjerner de dårligste produkter fra markedet. CFE's Energisparemærke fremhæver derimod målrettet de energimæssigt bedste produkter på markedet. CFE er således med til at skabe gennemsigtighed på markedet med hensyn til såvel performance som pris. Det giver energibrugerne et godt beslutningsgrundlag og er samtidig med til at give producenterne et incitament til at sende bedre produkter på markedet.

CFE's indkøbsvejledning er et andet eksempel. CFE fortsætter og videreudvikler Elsparefondens indkøbsvejledning, som er bredt anerkendt i forbindelse med offentlige indkøb af elforbrugende udstyr. Vejledningen kan nemt blive anvendt i en bredere sammenhæng, f.eks. inden for handels- og servicesektoren.

### **2.1.2 CFE gør det nemt at agere energirigtigt**

Det er ikke nok at have et energisystem, der på papiret og under ideelle forhold fungerer godt. Selv et energieffektivt tv-apparat vil have et højt elforbrug, hvis det aldrig bliver slukket. Energibrugeren skal være i stand til – med et minimum af tidsforbrug og uden behov for stor teknisk indsigt – at holde øje med om udstyret fungerer, som det skal, og ikke er tændt uden grund.

Energisystemet skal være designet, så det er let at styre efter det reelle behov – enten manuelt eller automatisk. Hvis varmeanlægget har en enkel og logisk styring, er der en god chance for, at energibrugerne vil styre det efter behovet.

Nye tiltag inden for f.eks. smart grid (styring af elapparater gennem signaler sendt over elnettet) skal være lette at bruge og allerhelst køre helt automatisk i det daglige. På større anlæg bør de enkelte typer af energiforbrug måles, og betalingen bør deles ud på afdelinger i forhold til forbruget. F.eks. bør omkostninger til elforbrug i en virksomheds serverrum indgå i it-afdelingens budget og regnskab, så de har incitament for at gøre serverrummet mere energieffektivt.

CFE skal være med til at fremme teknologi og løsninger, der gør det nemt at agere energirigtigt. CFE skal være med til at synliggøre de energieffektiviseringsmuligheder, der kan opnås ved at handle hensigtsmæssigt på dette område. Og CFE skal give konkrete råd til god energihusholdning med relevante elementer til fastholdelse af fokus, som er hentet fra energistyring og energiledelse.

Et andet aspekt ved at agere energirigtigt er, at energibrugerne bliver bevidst om mulighederne for at effektivisere energiforbruget. CFE skal gennem sine aktiviteter synliggøre typiske effektiviseringsmuligheder for de enkelte målgrupper og hjælpe energibrugeren videre mod en analyse af de konkrete effektiviseringspotentialer.

### 2.1.3 CFE gør det nemt at gennemføre energiforbedringer i bygninger

Energiforbedringer i bygninger er trukket ud som et særligt strategisk indsatsområde, fordi en stor del af centrets aktiviteter vil blive rettet mod dette område - ikke mindst i 2011-aktiviteterne. Bygninger har et stort uudnyttet effektiviseringspotentiale, særligt inden for den eksisterende bygningsmasse. Og det gælder på tværs af alle målgrupper, fra private boliger til store kontorhuse og andre erhvervsbyggerier. Samtidig er det et område, der hidtil ikke har haft meget fokus i de nationale kampagner. Mange har stadig det indtryk, at det generelt er dyrt og besværligt at gøre noget alvorligt ved klimaskærm og varmeanlæg i private boliger.

Der er en lang række barrierer, som CFE, i samarbejde med de andre aktører, skal reducere. Det handler om, at energibrugeren skal erkende, at der er muligheder for forbedringer. At man kan få individuelt målrettet information og lødig rådgivning om mulige tekniske løsninger. At få relevant og realistisk information om sparemuligheder og økonomiske konsekvenser. At få kontakt til gode håndværksvirksomheder, der kan løfte opgaven. At få finansieringen af projektet på plads. Og at få hjælp til at styre projektet igennem fra idé til færdigt projekt.

CFE skal gå i indgreb med alle disse udfordringer og klæde energibrugerne godt på til at gå videre med projekter. CFE formidler standardløsninger fra Videncenter for energibesparelser i bygninger. CFE giver oplysninger om, hvad forskellige typer af projekter typisk vil koste. CFE sørger for at samle relevante oplysninger til brug for den enkelte bygningsejer, både af generel karakter (f.eks. udvalgte regler fra bygningsreglementet BR10) og af individuel karakter, f.eks. energimærkerapporten for det pågældende hus.

CFE giver bud på, hvilke forbedringstiltag, der kan være relevante at tage fat på i den pågældende bygning. Og en liste over håndværkerfirmaer med relevant erfaring på det pågældende område og kendskab til standardløsningerne. CFE tager hensyn til de fordele og ulemper, der kan være med projektet, f.eks. i forhold til æstetik og indeklima. Bygningsejeren kan naturligvis føle sig helt tryk ved at udveksle eventuelle private oplysninger med CFE på grund af centrets ikke-kommercielle profil.

På denne måde er CFE med til at skabe større interesse for at gennemføre energieffektiviseringsprojekter og samtidig at skabe grundlag for en mere kvalificeret dialog mellem bygningsejeren og de kommercielle aktører, der skal hjælpe med gennemførelsen af det konkrete projekt.

### 2.1.4 CFE gør det nemt for andre aktører at promovere energirigtige løsninger

Et andet meget væsentligt strategisk indsatsområde bliver dialogen med de øvrige aktører på energispareområdet, herunder:

- Energiselskaber (netselskaber), herunder el-, gas-, olie- og fjernvarmeselskaber
- Nationale myndigheder, blandt andre Energistyrelsen, Erhvervs- og Byggestyrelsen og It- og Telestyrelsen
- Kommunale og regionale myndigheder
- Øvrige organisationer, der giver uvildig rådgivning om energieffektivisering, f.eks. Energitjenesten
- Brancheforeninger og erhvervs sammenslutninger

- Interesseorganisationer inden for forbrugerområdet og miljø- og klimaområdet
- Producent- og installatørforeninger
- Arkitekter og rådgivende ingeniører
- Universiteter og videncentre

Kun ved at CFE og de øvrige aktører spiller sammen, kan opnås den synergi, der skal til for at nedbryde barriererne og opnå realisering af en væsentlig del af de potentielle besparelser.

CFE kan med sin brede og ikke-kommercielle tilgang skabe synergi på tværs af regionale, organisatoriske og branchemæssige skel. Og kan skabe en win-win-situation mellem offentlige og kommercielle interesser.

En koordineret indsats mellem CFE, myndigheder, finansieringsselskaber, håndværkere og producenter kan f.eks. være med til at styrke effekten af en offentlig tilskudsordning. Ofte vil det ikke være nok at stille en økonomisk attraktiv løsning i udsigt, hvis det ikke også er nemt at gennemføre i praksis. Parterne kan i fællesskab udbrede kendskabet til tilskudsmulighederne og arbejde aktivt for at nedbryde diverse barrierer hos bygningsejerne.

CFE skal gå aktivt i dialog med alle relevante aktører på energispareområdet. Det gælder blandt andet andre myndigheder og videncentre, energiselskaber, erhvervsorganisationer og diverse kommercielle aktører. Indsatsen vil blive afstemt efter det udbytte, der kan forventes af samspillet med aktøren. Og CFE vil gå ind i en dialog om, hvordan centret bedst muligt kan understøtte aktørens initiativer. Med de væsentligste aktører vil CFE løbende indgå forpligtende aftaler om fælles kampagneinitiativer og f.eks. gensidig brug af hinandens informationsmaterialer.

## 2.2 CFE's vision og grundlæggende principper

**Vision:** CFE vil være en markant, ambitiøs og slagkraftig organisation til fremme af energieffektivisering i Danmark. CFE samler og formidler viden, så det bliver nemt for energibrugerne at vælge energirigtige løsninger. CFE opererer i et tæt og konstruktivt samspil med andre energispareaktører, herunder myndigheder og energiselskaber. CFE's brand er kendt og anerkendt for at formidle brugbar, troværdig og uvildig information.

**CFE virker gennem kampagner:** CFE's sekretariat består fortrinsvis af projektledere, der er topprofessionelle til at iværksætte og koordinere kampagner. Og her skal kampagner forstås i den brede definition af ordet: Aktiviteter, der hjælper energibrugerne til at blive opmærksomme på effektiviseringsmuligheder, og at klæde dem på til at kunne vælge og få gennemført energirigtige og økonomisk rentable løsninger. Projektlederne i CFE's sekretariat står for den overordnede planlægning og styring af kampagneaktiviteterne. Størstedelen af det udførende arbejde lægges ud til eksterne konsulenter, reklamebureauer mv. via rammekontrakter og miniudbud.

**CFE virker gennem partnerskaber:** CFE vil udvikle og stille koncepter til rådighed for de øvrige aktører inden for energibesparelser. Gennem partnerskaber kan projekter og værktøjer, der er iværksat og udviklet af CFE, komme bredt ud til virksomhederne, kommuner, offentlige institutioner og skoler mv.

**CFE gennemfører egne aktiviteter:** For at opnå en stor effekt af kampagnerne, er det vigtigt at sikre en klar og entydig identitet og afsender for kampagnerne. Derfor er det som udgangspunkt altid CFE selv, der står for at koordinere aktiviteterne – som regel med brug af en række underleverandører. CFE kan vælge at gennemføre fællesaktiviteter med andre aktører eller selv indgå som underleverandør til andres initiativer. Det er derfor som udgangspunkt ikke muligt for andre organisationer at søge penge hos CFE til gennemførelse af kampagneaktiviteter eller lignende.

**Fra besparelser til effektivisering:** Energi er en forudsætning for, at vi kan fortsætte med at udvikle vores samfund. Det er CFE's udgangspunkt, at vi godt kan opretholde vores nuværende komfortniveau i boliger og på arbejdspladsen og samtidig reducere energiforbruget betragteligt. Og den enkelte virksomhed kan naturligvis fortsat udvikle sig med de energibehov, der følger med. Bliver det grebet rigtigt an, kan der sagtens opnås store forbedringer i energiudnyttelsen samlet set og en reel reduktion af Danmarks energiforbrug. Derfor vil CFE i højere grad slå til lyd for energieffektivisering end for at spare på energien.

**Information, viden og rådgivning i stedet for tilskud:** Der er i lovtæksten åbnet mulighed for, at CFE kan anvende en del af kampagnemidlerne til direkte tilskudsordninger. Det vil dog ofte være en relativt dyr måde at påvirke markedet på grund af administrationsomkostninger, og fordi en del af dem, der modtager tilskud, også uden tilskud ville have gjort det, som tilskuddet gives til. På grund af centrets begrænsede budget vil CFE kun i sjældne tilfælde benytte sig af denne mulighed og i så fald vil det være i meget korte tidsrum som en del af en markedsintroduktion. CFE vil dog, som en del af informationsindsatsen, oplyse om statslige og andre relevante tilskudsordninger.

**Med- og modspil til markedet:** CFE påvirker markedet til glæde for energibrugerne via proaktivt med- og modspil til de kommercielle aktører på markedet. CFE kan samarbejde med alle danske og udenlandske aktører, der er aktive på det danske marked.

**Markedsmodne produkter:** CFE involverer sig normalt kun i aktiviteter for produkter, der allerede er på markedet i Danmark eller i udlandet. Derved sikres, at der er tale om reelt markedsmodne produkter, der har bevist deres funktion i praksis.

**CFE taler direkte til og med energibrugerne:** På grund af CFE's uafhængige status er det muligt at give gode troværdige råd, som helt og holdent er med udgangspunkt i energibrugernes situation og behov. CFE kan sige tingene, som de er, for der er ingen interessekonflikter mellem CFE og energibrugerne. Derfor er CFE også i en god position til at opsamle, behandle og formidle energibrugernes erfaringer til glæde for andre energibrugere. CFE kan også skabe fora, hvor energibrugere kan hjælpe hinanden.

**CFE peger på energiforbedringer, der er rentable ud fra en privatøkonomisk synsvinkel:** CFE vil kun promovere energiforbedringer til energibrugerne, som er rentable for dem - ellers mister CFE troværdigheden. Eventuelt suppleres med oplysninger om f.eks. miljø- og klimabelastning ved de forskellige løsninger. Rentabilitet af energiforbedringer beregnes efter saglige og realistiske forudsætninger, som tager udgangspunkt i den aktuelle situation, f.eks. med hensyn til energipriser og lånerente. CFE træffer ikke moralske valg på energibrugernes vegne, men stiller relevante oplysninger til rådighed, så energibrugeren kan træffe sit eget valg.

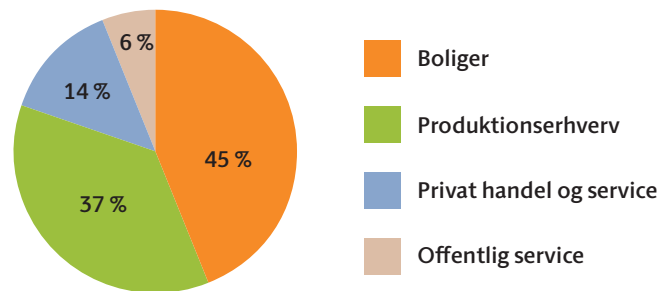
**Livscyklusbetragtninger efter behov og med realistisk indsats:** Indtil videre indgår carbon footprint og livscyklusbetragtninger ikke direkte i CFE's beregninger og anbefalinger. Hvis energibrugere udskifter et udtjent produkt, er der normalt ikke problemer forbundet ved at vælge et særligt energirigtigt produkt. Hvis der er væsentlige problemer forbundet med forceret udskiftning af et produkt, dvs. udskiftning af et produkt før det er gået i stykker, vil CFE oplyse om det. Når CFE angiver mulige energieffektiviseringsmuligheder, vil der normalt blive angivet såvel energibesparelser som reduktion i CO<sub>2</sub>-udslip, der opnås. Centret vil følge udviklingen af principper og beregningsværktøjer på carbon footprint-området og løbende vurdere, om det er realistisk at inddrage direkte i anbefalinger mv.

**CFE samarbejder internationalt:** CFE følger den internationale udvikling inden for energieffektivisering og er i regelmæssig dialog med tilsvarende organisationer i andre lande til gensidig inspiration. Blandt andet deltager centret med indlæg på de relevante internationale konferencer for energieffektivisering.

## 3 Energisparepotentialer og prioritering af midler

### 3.1 Energiforbrug og sparepotentialer

Det endelige energiforbrug hos slutbrugerne var i 2008 på 441 PJ fordelt på hovedsektorerne boliger, produktionserhverv, privat handel og service og offentlig service, som illustreret i figur 1 nedenfor.

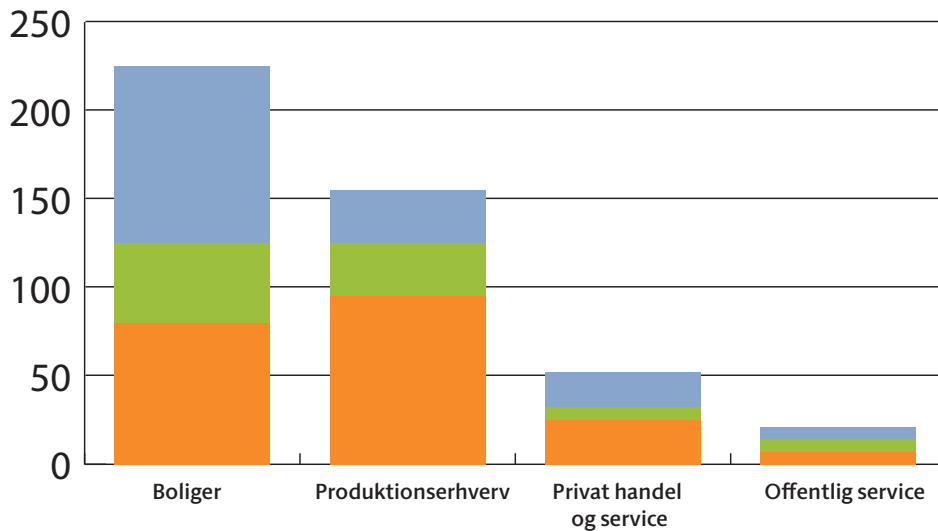


Figur 1: Endeligt energiforbrug fordelt på hovedsektorer 2008 (ekskl. energiforbrug til transport). Det endelige energiforbrug er en blanding af el og andet energi med forskellige omkostninger og miljøbelastning. Kilde: Energistyrelsens Energistatistik 2008.

Når man kigger nærmere på udviklingen af energiforbruget i de seneste ti år og på fordelingen af energiforbruget på forskellige anvendelser, er der nogle klare tendenser:

- Energiforbruget i boliger er samlet set den største post – altså større end forbruget i fremstillingsindustrien. Energiforbruget i boliger har gennem mange år været stigende, dog stagnerende siden midten af 2000-tallet. Langt størstedelen af energien går til rumopvarmning.
- Energiforbruget er stigende inden for privat handel og service, specielt er elforbruget næsten fordoblet siden 1980 og er fortsat stigende. Det skyldes især elforbrug til belysning, ventilation og køling og frysning. Med en samlet andel af energiforbruget på 14 procent udgør det en vigtig post.
- Energiforbruget i den offentlige sektor udgør med seks procent en relativ lille post i det samlede billede.
- Energiforbruget i produktionserhverv har gennem 2000-tallet været stagnerende og de seneste år direkte faldende. Ca. halvdelen af energiforbruget findes i virksomheder omfattet af EU's kvotedirektiv (kaldet kvotevirksomheder), mens resten af forbruget findes i mindre og mellemstore virksomheder. Tre fjerdedele af energiforbruget i denne målgruppe går til diverse former for procesenergi – resten er næsten ligeligt fordelt mellem rumvarme og diverse elforbrug.

## Petajoule



Figur 2: Energiforbrug og sparepotentialer. Orange + grøn + blå = samlet forbrug i sektor. Grøn + blå = langsigtet energisparepotentialer. Grøn = 0-4 års tilbagebetalingstid. Kilde: Viegand & Maagøe, *Energianvendelser og -besparelsepotentialer i Danmark, 2009*. Energistyrelsen, Dansk Energi og Dansk Gasteknisk Center, *Energibesparelser i Erhvervslivet, 2010*

Teoretisk set er der et enormt sparepotential inden for den eksisterende boligmasse – over halvdelen af det nuværende forbrug. Ca. en fjerdedel af sparepotentialet er rentabelt med de nuværende energipriser og har en tilbagebetalingstid på under fire år.

Nogle energiforbedringer kan kun betale sig, hvis de gennemføres samtidig med større renoveringer af boligen. Andre investeringer er kun rentable over en lang horisont, og de bliver måske først rigtig interessante, hvis energiforbedringer afspejles i boligens markedsværdi, ved at køberne får større interesse i et lavt energiforbrug og en velholdt bolig.

Stigninger i energipriserne kan forbedre rentabiliteten. Reduktion af klimabelastning og forbedring af boligens indeklima kan også være med til at gøre investeringen attraktiv. Og så er der en ret stor restgruppe af potentielle spareprojekter, der ikke giver mening i et privatøkonomisk perspektiv, fordi det bliver helt urimeligt dyrt at bringe en eksisterende bolig op på niveau med en moderne bolig.

Inden for produktionserhverv er der også et stort sparepotential og mange af dem er med kort tilbagebetalingstid. Det gælder både i store og i små virksomheder, og selv om der samlet set har været fokus på energieffektivisering i mange år. Med en systematisk indsats fra virksomhedernes side vil det være muligt at realisere en stor del af dette potential.

Inden for privat handel og service er det også et pænt sparepotentiale på ca. halvdelen af det nuværende forbrug. Kun en lille del af det kan dog implementeres med kort tilbagebetalingstid. Derfor er det afgørende på dette område at sætte ind med energirigtige løsninger, når der alligevel bygges om, f.eks. i forbindelse med ombygning af kontorbygninger og ved indretning af butikker.

Sparepotentialet inden for den offentlige sektor er i denne sammenligning lille. Til gengæld spiller de offentlige institutioner en vigtig rolle som rollemodel for borgere og virksomheder. Desuden kan en række af de løsninger og værktøjer, der udvikles til den offentlige sektor, efterfølgende anvendes af andre målgrupper.

### 3.2 Overordnet prioritering af midlerne for 2011

Budgettet for 2011 vil blive fordelt på:

- Private boliger: 80 millioner kr.
- Offentlige institutioner: 15 millioner kr.
- Privat handel og service: 31 millioner kr.
- Produktionsvirksomhed: 17 millioner kr.
- Projektledelse og drift af sekretariatet: 12 millioner kr.
- **I alt 156 millioner kr.**

Beløbet er uden driften af Videncenter for energibesparelser i bygninger.

Der kan ske ændringer i budgetfordelingen i løbet af året blandt andet som følge af planlægningen af fællestiltag med andre aktører. F.eks. kan der ske en forskydning mellem privat handel og service og produktionshverv afhængig af, hvor aktivt brancher og virksomheder deltager i centrets tilbud.

Ved fordeling af CFE's 2011-midler er der skelet kraftigt til energiforbrug og energisparepotentialer på de forskellige områder. Der er dog også lagt en del andre hensyn til grund:

- Hvor meget vil en indsats fra CFE's side batte på det pågældende område.
- Øremærkning af midler: F.eks. er der et større beløb øremærket til gennemførelse af en kampagne for energibesparelser i bygninger
- Timing og modning: Det tager tid at udvikle aktiviteter inden for de mange nye målgrupper og energi-anvendelser, som nu er en del af centrets arbejdsområde.
- En række af Elsparefondens initiativer vil blive fortsat i modificeret form og i nogle tilfælde blive udfaset over en periode. Det skal helst ske på en sådan måde, at aktiviteterne kan køre helt eller delvist videre i andet regi. 2011 bliver således på mange måder et omstillingsår for CFE.
- Tværgående aktiviteter: En række af centrets aktiviteter rækker ind i flere målgrupper, og centret har brug for en vis fleksibilitet til løbende at kunne tilpasse ambitionsniveauet efter behov og interesse hos målgrupperne og aktørerne.

I budgettet **for de private boliger** er der et bidrag fra bygningskampagnen på ca. 27 millioner kr. Med et samlet budget på 80 millioner kr. i 2011, vil det være muligt at gennemføre en massiv indsats for at fremme rentable energieffektiviseringstiltag i private boliger. Samtidig vil indsatsen skabe en god platform for de andre aktørers indsats. Korrigeres der til et normalår uden særlige bygningskampagnemidler, dvs. med budget på ca. 95 millioner kr., ville budgettet for private boliger være ca. 41 millioner kr.

Der er afsat 15 millioner kr. til **offentlige energibrugere**, herunder kommunale, regionale og statslige institutioner. Heraf kommer de 3 millioner kr. fra bygningskampagnen. Det kan se ud som et stort budget i forhold til de offentlige energibruget andel af det samlede energiforbrug og energisparepotentiale. Indsatsen over for de offentlige energibrugere er prioriteret højt, fordi de er vigtige som rollemodeller over for såvel private forbrugere og virksomheder. Desuden er der ret store omkostninger forbundet med eksisterende kurveknækeraftaler med kommuner og statslige institutioner, men de omkostninger vil blive reduceret en del i 2011 i takt med, at én til én-coachingen neddrøses. Korrigeres der til et normalår svarer det til et budget på 10 millioner kr.

Der er afsat 31 mio. kr. til **handel og service-sektoren**, heraf 3 millioner kr. fra bygningskampagnen. Ud over bygningskampagnen er der afsat midler til flere specifikke initiativer for denne målgruppe. På normalårsbudgettet svarer det til et budget på 21 millioner kr. Denne sektor er kendetegnet med mange mindre og mellemstore virksomheder, hvor der hidtil kun har været et begrænset fokus på energieffektivisering – både fra energibruget side og fra energiselskabernes rådgiveres side.

Der er afsat 17 millioner kr. til aktiviteter rettet mod **produktionsvirksomheder**. De 3 millioner kr. kommer fra bygningskampagnen. Hovedparten af de resterende midler vil gå til generelle informationsaktiviteter, herunder PR, pjecer og hjemmeside. Fokus vil primært være på mindre- og mellemstore virksomheder inden for produktionserhverv og primær landbrug, hvor der i øjeblikket ikke sker en systematisk indsats for at energieffektivisere. Der er afsat midler til at gennemføre pilotprojekter i udvalgte brancher og til planlægning af kommende aktiviteter hos små- og mellemstore virksomheder og kvotevirksomheder. Budgettet svarer til 11 millioner kr. i et normalår.

Budgettet til **CFE's projektledelse og drift af sekretariatet** er sat til 12 millioner kr. Heraf går langt størstedelen til løn til CFE's projektledere, hvis arbejdsindsats reelt er en del af kampagneaktiviteterne.

## 4 Primære virkemidler

CFE's kampagne- og informationsaktiviteter vil blive tilpasset til de konkrete behov hos målgrupperne i de forskellige sektorer. En række virkemidlerne går dog igen i flere sektorer, evt. i forskellig form og omfang. Derfor beskrives her de overordnede aspekter af de primære typer af aktiviteter.

### 4.1 Hjemmeside

Hjemmesidekommunikation er et effektivt værktøj til at nå ud til alle målgrupper med målrettet information og værktøjer om energieffektiviseringer på en relativt omkostningseffektiv måde. Brugere kan få informationen på det tidspunkt af døgnet, som passer den pågældende bruger. Ligeledes kan informationen let opdateres, og ny viden kan hurtigt gøres tilgængelig for brugerne.

Målet er, at hjemmesiden udgør en central platform for relevant, troværdig og handlingsorienteret information om energieffektiviseringer. Det skal være nemt for brugeren at forstå og agere på informationen i de forskellige situationer, hvor brugeren har behov. Hjemmesiden vil rumme mulighed for to-vejskommunikation mellem centret og dets brugere, og CFE har statistikmoduler, der kan bidrage med viden om brugernes behov og ønsker på et generelt niveau.

Hjemmesideindgangene er både emne- og målgruppeopdelt, og indholdet i form af tekst og værktøjer er udformet med henblik på at tilgodese de forskellige målgruppers behov og fokus. Hjemmesidens indhold udformes på en sådan måde, at den er tilgængelig for flest mulige brugere, uanset disses it- eller sprogmæssige kundskaber.

Ud over de direkte målgrupper bruger CFE også hjemmesiden for at forsyne partnere og presse med information og materialer.

Udviklingsaktiviteterne i 2011 er beskrevet i afsnit 6.1.2.

### 4.2 Massekommunikation

Center for Energibesparelser bruger massekommunikation som virkemiddel i de situationer, hvor det er relevant at informere bredt og i rimelig standardiseret form til en bred målgruppe. Kampagner er en del af centrets massekommunikation og bruges normalt til at sætte særligt fokus på et givent emne i forhold til en eller flere målgrupper.

Massekommunikation sker via en lang række kanaler, typisk i form af tv, print, PR og lignende. Også de hjemmesideværktøjer, som muliggør rådgivning på individualiseret niveau til mange modtagere, f.eks. beregnere, falder ind under begrebet massekommunikation. CFE's massekommunikationsindsats sker inden for tre hovedkategorier, som spiller indbyrdes sammen og ofte bruges i sammenhæng:

- Kampagner og generaliseret informationsmateriale

- Nyhedsformidling og PR i forhold til alle målgrupper og løbende formidling i eksterne sammenhænge f.eks. herunder også deltagelse på konferencer mv.
- Hjemmesidekommunikation

Formålet med centrets samlede massekommunikation er at skabe fokus på og synlighed af energibesparel- sespotentialer, samtidig med at det gøres nemt og handlingsorienteret for modtageren at agere på infor- mationen. Herved gødes jorden for, at de aktører, der skal gennemføre energibesparelserne i praksis, får det bedst mulige grundlag herfor.

Massekommunikationen er en del af CFE's push-pull-strategi, hvor CFE på den ene side søger at påvirke markedsaktører (producenter, forhandlere mv.) til at fremme udbuddet af energieffektive produkter og løs- ninger og på den anden side fremmer en efterspørgsel efter energieffektive produkter og løsninger hos alle målgrupper via kampagne- og kommunikationsaktiviteterne.

I det følgende vil massekommunikation og kampagner ikke blive beskrevet selvstændigt som én af de tvær- gående aktiviteter i 2011 (jvf. afsnit 6), men planlagte, konkrete kampagner vil blive omtalt særskilt under de relevante afsnit. Øvrige massekommunikations- og kampagneaktiviteter i 2011 vil blive iværksat, når der identificeres et konkret behov for fokus på en given indsats.

### 4.3 Hjælp til at vælge energirigtige produkter

Når det handler om energiforbrugende apparater og produkter, er CFE's mission tosidet: Dels at gøre det nemt at agere energirigtigt, dels at gøre det nemt at vælge energirigtige produkter.

#### 4.3.1 Private forbrugere

Energisparemærket er CFE's vigtigste aktiv i indsatsen for at fremme de energieffektive produkter blandt private forbrugere og dermed være med til at præge markedet i den rigtige retning. Mærket er et kendt og troværdigt pejlemærke for forbrugerne og et eftertragtet salgsargument for producenter og detailhandel. Energisparemærket blev oprindelig introduceret som Elsparemærket i 2006. Ved at vælge et produkt med Energisparemærket sikrer forbrugeren sig, at det ligger i den absolutte top af energieffektive produkter. For- brugeren undgår derved at skulle sætte sig grundigt ind i et marked, der kan være vanskeligt at gennemskue. Samtidig fremmer Energisparemærket producenternes incitament til at lancere mere energieffektive produk- ter, og mærket øger dermed udvalget og tilgængeligheden på markedet.

#### Energisparemærket og EU's energimærkning og ecodesign

EU's energimærkning for produkter dækker hele skalaen fra det mindst til det mest energiforbrugende produkt og opstiller fælles krav og definitioner inden for hele EU. EU's ecodesign stiller minimumskrav. Begge EU-ordningerne er lovpligtige, og kravene bliver gradvist strammet. Energisparemærket er et godt supple- ment som blåstempling af de mest energieffektive produkter i produktkategorien.

Energisparemærket findes desuden på en række områder, hvor der ikke eksisterer EU-energimærkning. I så fald undersøges markedet for, om der er andre internationale standarder, som f.eks. Energy Star. I enkelte tilfælde findes der ikke internationale standarder, og så fastsættes krav i samarbejde med fagekspertter og relevante brancher.

### **Ineffektive produkter og markeder i forandring**

CFE er en attraktiv partner for producenter, importører og detailledet i kraft af den synlighed og troværdighed, Energisparemærket tilfører energieffektive produkter. Dermed er mærket også den vigtigste døråbner i dialogen med markedets aktører.

Imidlertid er det ikke altid tilstrækkeligt at fremme energieffektive produkter gennem anbefalinger og blåstempling. Fra tid til anden bliver lovgivningen overhalet af produkter, der har en uheldig effekt på energiforbruget. Denne udvikling sker ofte på markeder i hurtig forandring – som f. eks inden for it og forbrugerelektronik.

I enkelte tilfælde kan ineffektive produkter ikke blot have en negativ effekt på den enkelte forbrugers energiregnskab, men ligefrem true et ellers åbenlyst besparelspotentiale. Et godt eksempel er luft til luft-varmepumper. I Danmark har disse produkter store anvendelsesmuligheder som erstatning for elpaneler i sommerhuse, men produkter af ringe kvalitet og energieffektivitet truer med at ødelægge det store potentiale. Det forekommer også, at der er et åbenlyst misforhold mellem en producents anprisninger af eget produkt, og det, man med rimelighed må forvente som realistisk.

I disse tilfælde overvåger CFE nøje markedet og gennemfører test, som offentliggøres for at skabe synlighed om produkternes energiforbrug.

### **4.3.2 Offentlige og private virksomheder**

CFE udsender hvert år en indkøbsvejledning henvendt til de indkøbsansvarlige i offentlige og private virksomheder. Vejledningen indgår i Statens Indkøbs udbudskrav. Statslige institutioner må kun købe produkter udvalgt af Statens Indkøb på en række områder. Hidtil har vejledningen været begrænset til elforbrugende apparater.

I stedet for at mærke produkterne hjælper CFE her de professionelle indkøbere med at opstille rimelige og ambitiøse krav til produkternes energieffektivitet og generelt til at gennemføre energirigtig projektering.

## **4.4 Overblik over rådgivere og håndværkere**

Energiforbedringer og renoveringer fordrer en bredere og mere helhedsorienteret tilgang til den enkelte sag. Bolig- og bygningsejere skal tage stilling til en lang række forhold for at realisere et besparelspotentiale i bygningen. Der er en mangel på aktører, der kan hjælpe bolig- og bygningsejere med at overskue muligheder, lovgivning og kontraktforhold og med at formidle kontakt til rådgivere og håndværkere med speciale i energirenovering.

Hvor Energisparemærket er en blåstempling og anbefaling af energieffektive produkter, kan centret i mangel af objektive kriterier, målbar ydelse og konsistens ikke direkte anbefale private udbydere af service- og håndværksydelser på samme måde. Men med centrets fokus på energirenovering og energibesparelser i bygninger er behovet for at formidle kontakt til rådgivere og håndværksvirksomheder blevet tydelig.

I 2011 vil centrets hjemmesidebaserede service, Håndværkerlisten, være omdrejningspunktet i bestræbelserne på at gøre udbuddet af serviceydelser mere gennemskueligt og at sikre grundlaget for bygningsejeres valg af energieffektive løsninger. Med Håndværkerlisten bæres energiløsningerne fra Videncenter for energibesparelser i bygninger ud til bolig- og bygningsejere for at skabe efterspørgsel efter løsningerne. Samtidig gør Håndværkerlisten det nemt for forbrugerne at få kontakt til håndværkere, der er uddannet i energirenovering og energiløsninger.

Det er naturligt, at kendskab til energiløsningerne er en forudsætning for at blive optaget på håndværkerlisten. Derfor er der krav om, at håndværkeren har gennemført energivejlederuddannelsen, som er en kort og effektiv indføring i energiløsningerne (standardløsninger og pakkeløsninger). Håndværksvirksomheder, som er optaget på listen, har yderligere mulighed for på en profilside at præsentere firmaets kvalifikationer i forhold til energiforbedringsprojekter.

#### 4.5 Samle og formidle gode eksempler

Et godt eksempel på en energibruger, der har gennemført et vellykket projekt, kan være med til at inspirere mange andre, der står med et lignende behov. Et godt formidlet eksempel synliggør effektiviseringsmulighederne – det forvandler teori til praksis hos modtageren. Samtidig skabes en identifikation med energibrugeren, der portrætteres i eksemplet.

Center for Energibesparelser arbejder målrettet på at indsamle og formidle cases og eksempler, der kan vise potentialerne ved at gennemføre energieffektiviseringer. Det kan vedrøre alt lige fra generelle initiativer i en kommune til en konkret gennemført effektivisering i f.eks. en virksomhed eller en privat bolig. Det er hensigten, at centret målrettet skal formidle cases inden for alle typer af produkter eller ydelser til alle målgrupper på en vedkommende og relevant måde, så modtageren kan relatere det til sin egen situation.

Formålet med indsamlingen af cases og eksempler er at inspirere målgrupperne og vise, at energieffektiviseringer faktisk kan gennemføres i praksis. Som regel med en god økonomi og andre indbyggede fordele f.eks. bedre indeklima. Cases vil som hovedregel blive formidlet via hjemmesiden og via konkrete PR-historier, som er målrettet den enkelte målgruppe. Cases vil også kunne indgå som konkrete eksempler i egentlige kampagneaktiviteter.

#### 4.6 Målrettet indsats over for energibrugere i erhvervsvirksomheder og offentlige institutioner

En målrettet indsats over for professionelle energibrugere i erhvervsvirksomheder og offentlige institutioner kan ske gennem kurveknækraftaler, netværksaktiviteter og spydspidsprojekter. Disse kanaler kan ikke alene

udfyldes af CFE. Hvis disse områder skal virke i større skala, må det ske gennem partnerskaber med de øvrige aktører på energibesparelsesområdet. Partnerskaberne bliver effektive, når CFE's koncepter tilrettelægges, så de understøtter partnernes arbejde.

Det er f.eks. åbenbart, at CFE hverken kan eller skal facilitere alle netværk for energiansvarlige i kommuner, offentlig sektor eller virksomhederne. Her må der etableres partnerskaber med relevante aktører, som har interesse og kompetencer til at drive sådanne aktiviteter. Omvendt er det en opgave for CFE at udarbejde koncepter eller materialer, som kan anvendes til sådanne netværk.

Et andet eksempel er kurveknækkeraftalerne, som har været en succes i den offentlige sektor. Hvis dette koncept skal udbredes til alle kommuner og bredt til erhvervslivet, er det nødvendigt, at konceptet tilpasses, så en række af de understøttende aktiviteter i form af f.eks. coaching kan varetages via partnerskaber. Det vil også være oplagt, at en mere opsøgende markedsføring af konceptet overlades til partnere.

Et tredje eksempel er spydspidsprojekter. Sådanne projekter kan være demonstrationsprojekter eller projekter, der gennemføres for at give input til en senere konceptudvikling. Det er vigtigt, at projekterne gennemføres i partnerskaber med aktører som brancheorganisationer, energiselskaber, forbrugerorganisationer eller virksomheder for at sikre, at aktiviteterne kan fortsætte efter spydspidsprojekter er afsluttet.

CFE's partnerskabsstrategi vil blive gradvis indfaset gennem de kommende år i takt med, at koncepterne tilpasses og partnerskaberne etableres.

#### **4.6.1 Kurveknækkeraftaler**

Et væsentligt sigte med en kurveknækkeraftale er at opnå ledelsens opbakning til energisparsindsatsen med konkrete mål for energiforbruget i en kommune eller en virksomhed og samtidig give inspiration og coaching til de udførende medarbejdere. Dette sker ved, at kurveknækkeraftalen underskrives på et højt ledelsesniveau, der herigennem sikrer den nødvendige allokering af ressourcer til indsatsen.

Coachen tilbyder de udførende medarbejdere en række relevante tilbud, der på samme tid er fagligt målrettede og generisk udformede, så tilbuddene kan finde anvendelse hos mange brugere. Coachen kan yde uvildig vejledning og bistand med afsæt i kurveknækkerens faktiske muligheder, herunder vidt forskellige udgangspunkter. Coachen udfører således ikke egentlig energirådgivning, men tilstræber i stedet uvildig coaching af kurveknækkerne i retning af at prioritere og organisere indsatsen korrekt og at involvere de relevante markedsaktører.

Kurveknækkeren forpligter sig til at tilmelde sig automatisk opsamling og præsentation af fjernaflæste elmålere med værktøjet SeElforbrug. I øjeblikket er der derudover muligt manuelt at tilføje varmemåler. Dette betyder, at det er muligt at benchmarke f.eks. en kommuneskoles energieffektivitet i forhold til andre skoler i andre kommuner.

For private erhvervsvirksomheder, der opretter kurveknækrafttale, vil der i det enkelte tilfælde blive aftalt, hvilke forbrugstal, der må offentliggøres.

#### 4.7 Undervisning af håndværkere, finansieringsfolk, ejendomsmæglere mv.

I sektorer med mange mindre energibrugere er det meget dyrt at give individuel rådgivning om energieffektivisering - det gælder f.eks. private boliger, mindre handels- og kontorvirksomheder og mindre virksomheder. Af denne grund fokuserer energiselskabernes rådgivere kun i begrænset omfang på disse sektorer. Det vil heller ikke være en effektiv brug af CFE's midler at forsøge at nå disse grupper med individuel rådgivning. Derimod vil det være effektivt at skabe et samspil med de professionelle aktører, der alligevel har direkte kontakt med de enkelte energibrugere. CFE kan klæde dem på til at kunne pege på konkrete energieffektiviseringsprojekter og give gode råd om teknik, økonomi, regler mv. og henvise til, hvor energibrugeren kan få yderligere hjælp.

Inden for bygningsområdet sker dette allerede i et tæt samarbejde med Videncenter for energibesparelser i bygninger, som udvikler målrettet informationsmateriale og er med til at gennemføre undervisning af håndværkere. Og aktiviteterne vil blive udvidet med undervisning af blandt andet personer fra finansieringsinstitutter og ejendomsmæglere.

Denne type af aktiviteter kan udvides til andre sektorer og typer af aktører, f.eks. et tættere samspil med håndværkere og kommunale miljøkonsulenter, der har deres gang i mindre virksomheder.

#### 4.8 Facilitering af energitjenestefirmaer og -netværk (ESCO og ESCO-light)

Implementering af energieffektiviseringsprojekter gennem en eller anden form for energitjenestefirma eller -netværk kan være relevant for alle målgrupper. Og CFE kan have en rolle at spille i forbindelse med start af nye initiativer og ved at sprede de gode erfaringer.

Hidtil er det primært kommuner, der har benyttet sig af kontrakter med energitjenestefirmaer (ESCO – Energy Service Companies) for at få gennemført rentable besparelser i kommunale ejendomme. Energитjenestefirmaet påtager sig typisk at gennemføre en række projekter og garanterer en bestemt besparelse. Til gengæld får de en del af besparelsen i kontraktperioden.

ESCO-light er betegnelsen på forskellige typer af tiltag over for mindre energibrugere, f.eks. private husstande, som trækker på elementer fra ESCO. Typisk vil flere parter gå sammen for at kunne tilbyde en samlet pakke til energibrugeren, hvor der bliver taget hånd om såvel rådgivning i forhold til den tekniske løsning som finansieringen og i nogle tilfælde også selve gennemførelsen af projektet. Derimod vil der ved disse mindre projekter typisk ikke være tale om en egentlig garanti for de realiserede besparelser.

ESCO- og ESCO-light-lignende tiltag er også ved at vinde indpas i store dele af erhvervslivet. CFE forventer, at der vil komme mange forskellige ordninger og tilbud til energibrugerne. Der er gode muligheder for, at kommercielle energitjenestefirmaer og -netværk kan vise sig at være en særdeles effektiv måde at få realiseret

rentable energieffektiviseringsprojekter – også i de dele af markedet, der ellers halter bagefter med energirenovering.

Elsparefonden og siden CFE har allerede længe fulgt udviklingen og været med til at facilitere nye tiltag f.eks. ved at støtte nye initiativer med juridisk bistand og udformning af kontrakter. Og ikke mindst med at samle og formidle erfaringerne bredt.

CFE skal fremover have en helt central rolle i den fortsatte udvikling på dette område. Ved at hjælpe nye initiativer på vej og sprede de gode erfaringer skabes større fokus på mulighederne på tværs af geografiske og branchemæssige skel. Desuden kan CFE bidrage med at give energibrugerne et overblik over de nye markedsaktører, deres tilbud og betingelser, og hvor tilfredse andre energibrugere har været.

Denne katalysatorrolle spiller godt sammen med CFE's øvrige aktiviteter. En stor del af centrets aktiviteter er rettet mod at løfte energibrugernes opmærksomhed på energieffektiviseringsmuligheder for at gøre dem mere parate til at gennemføre projekter. Med aktiviteter inden for ESCO og ESCO-light er CFE med til at understøtte alle de kommercielle aktører, der skal hjælpe energibrugerne med implementeringen af projekterne.

Centrets indsats på dette område vil ske i samarbejde med relevante aktører, herunder medlemmerne af "ESCO-Light arbejdsgruppen", som klima- og energiministeren nedsatte primo 2010, og som præsenterede en rapport om ESCO-light i juni 2010. Eksterne parter i arbejdsgruppen var: Finansrådet, Håndværksrådet, Realkreditrådet, DI Energibranchen, Bolius, Dansk Energi, Dong Energy, ATP, Dansk Erhverv, Erhvervs- og Byggestyrelsen, Middelfart Sparekasse og Tekniq.

## 5 Mål og evaluering af CFE's indsats

Når succesen af CFE's arbejde skal vurderes, vil det ikke være de direkte energibesparelser, der lægges til grund, men derimod en vurdering af, hvor godt centret har løst de opgaver, der er fastlagt i lovtæksten (se afsnit 1.1).

Bemærkningerne til lovforslaget beskriver evalueringskriterierne således: ... **centret vil blive målt på dets formåls- og opgavebeskrivelse og derfor ikke som udgangspunkt på, hvor store energibesparelser centrets selvstændige indsats isoleret set medfører.** Centrets understøttende karakter betyder, at **effekten af centrets arbejde i stor udstrækning består i, at andre herunder forsyningsvirksomhederne kan opnå deres besparelser bedre og billigere.** Derfor vil centret ligeledes blive **evalueret på sin understøttende rolle og [evne] til at indgå i samarbejde med andre aktører.**

CFE skal med andre ord forvalte opgaven og midlerne på en sådan måde, at resultatet er en effektiv og samlet indsats på energispareområdet. Ikke bare i forhold til CFE's egne kampagneaktiviteter, men for alle væsentlige aktiviteter fra alle væsentlige aktører på området, herunder energiselskabernes energispareaktiviteter. Det er derfor af afgørende betydning, at CFE etablerer en tæt dialog og et tæt samarbejde med øvrige aktører på energibesparelsesområdet for derigennem at sikre, at CFE's aktiviteter, kampagner og nye koncepter fremmer de øvrige aktørers energibesparelsesindsats mest muligt. CFE vil derfor holde tæt kontakt til de øvrige aktører, for derigennem at opnå bedre koordinering og samarbejde omkring igangsættelsen af nye projekter. CFE's understøttende rolle og samarbejdet med de øvrige aktører har således karakter af gensidig sparring, orientering og koordinering, der skal sikre, at CFE's og andre aktørers selvstændige tiltag fører til de størst mulige energibesparelser.

Centrets resultater vil ikke blive målt på et fysisk målt fald i energiforbruget, men derimod på, hvor godt det lykkes CFE at varetage rollen med at påvirke energibrugerne direkte samt understøtte og samarbejde med de øvrige aktører.

Disse overordnede succeskriterier stiller helt særlige krav til opstilling af og opfølgning på målbare mål. Evalueringen af arbejdet må bestå af opfølgning på en række delmål, der falder i tre grupper:

- Evaluering af overordnet effekt af indsatsen
- Evaluering af centrets konkrete aktiviteter
- Evaluering af samspillet med relevante aktører

### 5.1 Evaluering af overordnet effekt af indsatsen

Effekten af centrets indsats vil være vanskelig at skille fra den indsats andre aktører gør. Centret vil dog måle på energibrugernes adfærd og kendskab på energieffektiviseringsområdet som en indirekte indikator for effekten af centrets indsats. Konkret vil der blive foretaget før- og efter-målinger af blandt andet:

-

- Energibrugernes kendskab til omkostningseffektive energiforbedringer i deres bolig, virksomhed mv., f.eks. at energieffektivisering i private boliger ikke kun handler om besparelser på elforbrug, men også om klimaskærm og varmeanlæg.
- Energibrugernes oplevelse af, hvor overkommeligt det er at gennemføre udvalgte energiforbedringer.
- Energibrugernes oplevelse af, at de får stillet relevant viden til rådighed fra centret og andre aktører, således at de har et oplyst grundlag for beslutninger om energieffektivisering.
- Responsen på centrets konkrete kampagnetiltag, hvor mange der kender og bruger centrets hjemmeside GoEnergi.dk mv. (se næste afsnit).

## 5.2 Evaluering af centrets konkrete aktiviteter

Det overordnede mål er her at sammensætte en palette af konkrete aktiviteter, som gør en mærkbar forskel inden for de målgrupper og typer af energiforbrug, som CFE dækker. Det vil ikke være muligt at tage fat på alle relevante teknologier, målgrupper, brancher mv. med lige stor vægt. Derfor vil der være tale om en vis grad af nålestiksoperationer, dog uden store udækkede områder i handlingsplanen.

For hver konkret aktivitet i denne handlingsplan vil blive opstillet konkrete målepunkter. Det kan f.eks. være antallet af kurveknækeraftaler, der bliver indgået med butikskæder, antal besøg på hjemmesiden, og hvor mange der benytter sig af selvhjælpsværktøjerne. CFE gennemfører en nulpunktsmåling primo 2011 og følger derefter regelmæssigt op på målene.

## 5.3 Evaluering af samspillet med aktører

CFE's informations- og kampagneaktiviteter vil som udgangspunkt understøtte samtlige aktørers aktiviteter på området. Aktiviteterne skaber nemlig en øget opmærksomhed hos energibrukerne på effektiviseringsmuligheder og gør dem mere parate til at gennemføre projekter. Centrets aktiviteter understøtter på den måde statslige og lokale myndigheders bestræbelser på at fremme energibesparelser via regler og tilskudsordninger. Energibrukerne bliver gjort interesserede i at få individuel energirådgivning. Og aktiviteterne påvirker og modner markedet for kommercielle aktører, der kan hjælpe med at gennemføre projekterne.

CFE vil bestræbe sig på at samarbejde med alle relevante aktører. Samarbejdets karakter og omfang skal naturligvis tilpasses, så det står mål med, hvor vigtig den enkelte aktør er på markedet for energieffektivisering. Fælles for samarbejdet med de øvrige aktører er, at det centrerer sig om koordinering af nye tiltag og kampagner. Derudover vil samarbejdet særligt omhandle, hvordan andre aktører kan drage størst mulig nytte af CFE's selvstændige aktiviteter i deres energibesparelsesindsats.

For udvalgte primære aktører vil CFE gå i en tæt, løbende dialog om samarbejde, herunder netselskaberne, som har indgået energispæreaftale med staten, relevante nationale, regionale og kommunale myndigheder og udvalgte brancheforeninger og interesseorganisationer.

Sammen med de enkelte aktører vil CFE definere spilleregler for samarbejdet og opstille målbare mål for:

- Dialogen: At der gennemføres regelmæssige møder, hvor der drøftes samarbejde. Dialogparter (organisationer og deltagere), mødefrekvens mv. aftales med den enkelte aktør. Som en indledende øvelse udarbejdes en vurdering af det hidtidige samarbejde og beskrivelse af ønsker og forventninger til det fremtidige samarbejde, herunder en beskrivelse af succeskriterier for samarbejdet.
- Bilaterale aftaler: At der indgås klare aftaler om eventuelle fælles initiativer og koordinering af de respektive parters aktiviteter. Dokumenteres i mødereferater, som begge parter er indforstået med.
- Konkrete aktiviteter: At der følges op med evaluering af de aftaler, der er indgået, og de fælles aktiviteter, der er aftalt. Hvordan var samarbejdet, og hvordan var effekten af initiativerne. Dokumenteres i mødereferater.

## 6 Aktiviteter 2011

### 6.1 Tværgående aktiviteter

#### 6.1.1 Løbende samarbejder med andre væsentlige energispareaktører

##### *Samarbejde med Energistyrelsen*

Der er allerede etableret et tættere samarbejde på flere områder, og samarbejdet vil blive yderligere udbygget i 2011:

- Koordineret PR-indsats i forbindelse med stikprøvetest af mærkede produkter
- Mulighed for at lave fælles udbud om fagekspertes og stikprøvelaboratorium i forbindelse med mærkning af produkter
- Kampagneindsats for den reviderede energimærkningsordning for bygninger, kedeleftersynsordning og ventilationseftersynsordning
- Oplysninger om nye BR10-regler ved større ombygninger og nybyggeri

De to sidste aktiviteter udføres som en del af kampagnen for energibesparelser i bygninger.

##### *Samarbejde med andre øvrige aktører*

CFE har i løbet af 2010 haft indledende drøftelser med en lang række af de væsentligste aktører, og flere konkrete aktiviteter er sat i gang. I 2011 vil samarbejdet med de enkelte hovedaktører blive formaliseret som beskrevet i afsnit 5: Mål og evaluering af CFE's indsats.

##### *Andre aktiviteter*

CFE udvikler derudover en særlig version af centrets CRM-system (Customer Relation Management) til at håndtere den samlede dialogindsats med aktørerne.

#### 6.1.2 Hjemmeside

Center for Energibesparelser har overtaget sin nuværende hjemmeside fra Elsparefonden, som over årene har skabt en solid, velkendt og respekteret platform for information om elbesparelser. I 2010 har centret arbejdet med gradvist at udvide hjemmesidens indhold og værktøjer i forhold til både de nye energiformer og målgrupper. Dette arbejde vil fortsætte i 2011.

I både 2008 og 2009 havde hjemmesiden elsparefonden.dk mere end 1 million unikke brugere pr. år, samtidig med at brugerne opfattede siden som både informativ og nem at bruge.

Hjemmesiden er fortsat det centrale omdrejningspunkt for Center for Energibesparelsers kommunikation. Hjemmesiden skal udbygges, så den optimalt kan understøtte den faktiske udmøntning af fire strategiske fyrtårne (se afsnit 2.1).

**Kommende aktiviteter**

For at fastholde og udbygge denne position for centrets hjemmeside fremover er der iværksat en række nye aktiviteter, der skal gennemføres i 2011.

**Hjemmesidens lister over elforbrugende apparater** udvides til også at omfatte andre typer ydelser og produkter, der har betydning for energiforbruget, f.eks. lister over energirigtige vinduer, sparebrugere og håndværkere, der som uddannede energivejledere tilbyder at gennemføre energiforbedring af boliger.

Der vil blive implementeret et **avanceret statistikmodul** og mulighed for community og anden to-vejskommunikation, som skal generere generel viden om brugernes konkrete ønsker og behov. Statistikken vil blive brugt målrettet til forbedring af informationen på hjemmesiden og i forbindelse med centrets øvrige kampagne- og kommunikationsindsats.

Den hidtidige beregner, Min E-Bolig, ændrer navn til **Boligtjek** og udvides på den korte bane til at kunne rådgive beboere i alle private boliger om muligheden for at gennemføre energieffektiviseringer. På sigt vil beregneren gradvist blive udvidet til også at omfatte andre bygningstyper som f.eks. institutioner og kontorarbejdspladser.

**Emne- og målgruppeopdelingen** af indgangene på hjemmesiden skal gøres endnu mere intuitive for brugeren. Tekster og værktøjer tilrettet de forskellige målgrupper vil blive udbygget for at gøre det så nemt som muligt at agere på informationen.

**Primære samarbejdspartnere:** CFE lader andre aktører anvende informationsmateriale fra centrets hjemmeside på deres respektive hjemmesider. Det kan enten være i form af link til CFE's hjemmeside, eller ved at dele af centrets information eller værktøjer kopieres eller indlejres i andre hjemmesider, f.eks. hjemmesiden for et fjernvarmeselskab. Dermed er CFE med til at understøtte med troværdig og brugbar information.

**Målepunkter**

Hjemmesiden skal have 1,3 millioner unikke brugere i 2011. Boligtjek skal have mellem 125.000 og 150.000 oprettede brugerprofiler med udgangen af 2011. Mindst 70 procent af hjemmesidens brugere skal være tilfredse eller meget tilfredse med hjemmesiden, og mindst 70 procent skal tilkendegive, at hjemmesiden gør det nemt for dem at agere energieffektivt.

**6.1.3 Kundecenter**

Center for Energibesparelsers kundecenter besvarer kundehenvendelser fra den brede offentlighed pr. e-mail og telefon. Assistenten fra kundecentret tager primært udgangspunkt i CFE's værktøjer og vejledninger på hjemmeside og i publikationer. Kundecentret supplerer med praktiske forklaringer, uddybning af den viden, der allerede er tilgængelig, og afklaring af eventuelle tvivlsspørgsmål. Langt de fleste brugere af hjemmeside, værktøjer og vejledninger har ikke behov for yderligere assistance, men kundecentret kan assistere dem, der har brug for supplerende vejledning med at komme videre.

Kundecentret, der siden sommeren 2010 har været en intern enhed i CFE's sekretariat med tæt samarbejde med centrets øvrige medarbejdere, fungerer som en vidensbank, der ikke bare er opdateret om alle aktiviteter, værktøjer og vejledninger i CFE, men også følger energibesparelsesaktiviteter blandt andre danske energispareaktører. Dette sker blandt andet ved at deltage i eksterne arrangementer og netværksaktiviteter, møder med samarbejdspartnere og sparring pr. telefon og mail. Den opsårede viden bruges både til besvarelse af henvendelser fra omverdenen i form af henvisning til andre aktørers indsatser, og som input til CFE's egne aktiviteter.

Kundecentret får teknisk faglig sparring fra de eksterne tekniske fageksperter, der også leverer teknisk fagligt input til CFE's hjemmeside, publikationer og PR-arbejde. Derudover samarbejder kundecentret tæt med websekretariatet, Energisparemærkesekretariatet og kurveknækerteamet for offentlig og erhverv.

Eksternt samarbejder kundecentret med andre energispareaktører om besvarelse af kundehenvendelser og informationsspredning, og internationalt bidrager CFE's kundetjeneste med erfaringsudveksling og inspiration i blandt andet nordiske sammenhænge.

#### **Kommende aktiviteter**

**Tilpasning til nye energiforbrugsområder og målgrupper:** Udvidelse af målgrupper og energiforbrugsområder betyder, at der er brug for at udvikle og effektivisere kundecenterindsatsen. Det er omkostningskrævende at give direkte hjælp til energibrugere og sekundære målgrupper. Kundecentret vil dog ikke få tilført væsentligt flere ressourcer end hidtil. Derfor må kundecentret sikre, at hjemmeside, værktøjer og publikationer dækker de informationsbehov, der gives udtryk for blandt brugerne.

Med den udvidede fokus på energi bredt, og særligt i bygninger, forventer kundecentret et tæt samarbejde med eksperterne i Videncenter for energibesparelser i bygninger, både i forhold til opbygning af viden, og også direkte i forhold til besvarelse af kundehenvendelser af mere bygningsteknisk karakter. Spørgsmål og besvarelser vil blive samlet og formidlet via hjemmesiden, så flest mulig kan få glæde af informationen.

**Analyse af fremtidige behov for betjening af direkte kundehenvendelser:** På basis af erfaringer fra kundehenvendelser i forbindelse med den kommende, store kampagne for energibesparelser i bygninger analyseres ønsker, behov og muligheder for den fremtidige direkte kundekontakt. Kundecentret vil udarbejde en konkret strategi for 2012-2015.

**Primære samarbejdspartnere:** CFE kan med fordel levere viden, værktøjer og materialer, så også andre aktører er godt rustet til at assistere energibrugerne i deres daglige arbejde og på forskellige messer, tema-dage, borgerkampagner eller andet. Behovet for en sådan understøttende indsats fra CFE's side vil ofte i første omgang komme til udtryk over for kundecentret, der derfor vil være central i forhold til at have overblikket over de materialer og værktøjer, der kan assisteres med.

**Generelle målepunkter**

De seneste kundetilfredshedsanalyser har resulteret i en samlet kundetilfredshed på over fire på en skala fra et til fem, og mere end 50 procent har givet udtryk for, at de har gjort noget konkret på baggrund af henvendelsen. Det er CFE's mål, at denne kundetilfredshed som minimum fastholdes, og at kundecentret fortsat skal bidrage til, at kunderne kommer et skridt videre i form af konkret handling.

**6.1.4 Teknisk fagekspertise**

CFE's sekretariat planlægger og koordinerer alle centrets aktiviteter. Medarbejderne har en bred viden om energieffektivisering, dialog med markedsaktører, informationsformidling og gennemførelse af kampagner.

Når der er brug for specialistviden i forbindelse med aktiviteterne, benytter CFE sig af tekniske fagekspertise, som er tilknyttet CFE via forskellige rammekontrakter. Kundecentret anvender f.eks. fagekspertise til at udarbejde standardsvar på hyppige spørgsmål fra energibrugere, der trækkes på specialister i forbindelse med kurveknækeraftalerne og ved udarbejdelse af kriterier for nye produktkategorier under Energisparemærket.

**Kommende aktiviteter**

Med det nye bredere sigte for centrets arbejde vil der også være behov for at kunne trække på en større kreds af tekniske fagekspertise. Det vil blive indarbejdet i de nye rammekontrakter med fagekspertise. Desuden vil CFE have et tæt samarbejde med Videncenter for energibesparelser i bygninger. For at udnytte midlerne effektivt, skal CFE sikre, at de gode råd og svar på energitekniske spørgsmål bliver formidlet til så bred en kreds af relevante energibrugere som muligt.

**Målepunkter**

Der er ingen særskilte målepunkter, da indsatsen indgår i målepunkter for kundecenter, energimærkningsordning og kurveknækeraftaler.

**6.1.5 Kampagne for energibesparelser i bygninger**

Den energipolitiske aftale af 21. februar 2008 fastlægger, at der skal gennemføres kampagne- og kommunikationsaktiviteter til fremme af energibesparelser i bygninger i perioden 2008-2011. De afsatte kampagnemidler blev indtil 1. marts 2010 administreret af Energistyrelsen, hvorefter de blev overdraget til CFE, der skal stå for den konkrete gennemførelse af kampagneaktiviteterne fremover.

Besparelsespotentialer inden for energibesparelser i bygninger (rumopvarmning og varmt vand) udgør mere end halvdelen af det samlede energibesparelsespotentialer i Danmark. Fokus i kampagnen er primært på energibesparelser i eksisterende bygninger, hvor det helt store energibesparelsespotentialer ligger, og det er på forhånd givet, at der skal gennemføres kampagneaktiviteter for energibestemmelserne i det nye bygningsreglement (BR10), for de to eftersynsordninger for henholdsvis ventilationsanlæg og kedler, og for energimærkning af bygninger.

Kampagnens primære målgrupper er private boligejere, boligforeninger, udlejningsselskaber til private, og kommercielle og offentlige bygningsejere. Derudover vil hele værdikæden af aktører i forhold til energirenovering af bygninger blive involveret, lige fra producenter, leverandører, grossister, og byggemarkeder til håndværkere, energirådgivere, arkitekter, ejendomsmæglere og finansieringsinstitutter. Kampagnen vil bl.a. have fokus på at nå de bygningsejere, der har et særligt økonomisk incitament til at gennemføre energirenovering, fordi de i forvejen er i en investeringssituation – f.eks. ved køb, salg, ombygning og tilbygning.

Kampagnen vil blive udformet med et overordnet koncept, der dækker den samlede kampagne, og som skaber en rød tråd gennem kampagneaktiviteterne rettet mod de forskellige målgrupper. Kampagnen vil i udstrakt grad være handlingsanvisende ved at rette fokus på allerede eksisterende ordninger og værktøjer, der hjælper bygningsejere og -administratorer videre til konkret handling, men vil også øge den folkelige opmærksomhed på vigtigheden af energibesparelser i bygninger, og – ikke mindst – påpege, at det faktisk er nemt at realisere dem.

Kampagnen starter så småt op allerede i slutningen af 2010 med mindre, specifikke indsatser rettet mod afgrænsede målgrupper primært i segmentet kommercielle og offentlige bygningsejere og sætter for alvor fart på foråret 2011. I forbindelse med detailplanlægningen af kampagnen er målepunkter og evalueringsparametre for denne specifikke kampagneindsats under udarbejdelse.

**Primære samarbejdspartnere:** Videncenter for energibesparelser i bygningers aktiviteter over for håndværkere går hånd i hånd med CFE's aktiviteter. CFE kan give bygningsejerne et indblik i standardiserede energiløsninger og pege på håndværkere, der har gennemgået energivejlederuddannelsen. Sekretariatet for Energieffektive Bygninger kan bidrage med lister over energikonsulenter og akkrediterede ventilations- og kedeleftersynsfirmar og med data fra gennemførte energimærkesyn. Arkitekt- og ingeniørforeninger kan bidrage med gode råd om gennemførelse af energiforbedringsprojekter.

#### 6.1.6 Deltagelse i eksterne arrangementer

Et væsentligt element i CFE's koordinerende og understøttende rolle er at have en betydelig tilstedeværelse i forskellige udadvendte miljøer, hvor relevante primære og sekundære målgrupper færdes. Formålet er to-sidet, dels er det en adgang for CFE's medarbejdere at holde sig løbende orienteret om aktuelle faglige temaer inden for energispareindsatsen. Dels er det en platform for at udbrede kendskabet til CFE's aktiviteter f.eks. som oplægsholder eller udstiller.

Derudover er tilstedeværelsen i de rette faglige miljøer adgangen til at netværke med toneangivende markedsaktører med heraf følgende muligheder for at præge aktuelle temaer og tiltag.

#### **Kommende aktiviteter**

Ud fra faglige og aktualitetskriterier vil der løbende blive taget endelig stilling til arrangementer, hvor CFE deltager: workshops, fyraftensmøder, seminarer, temadage mm. CFE vil prioritere at deltage i arrangementer for målgrupper, f.eks. brancher, hvor centret er i færd med at udvikle nye koncepter eller gennemføre kam-

pagneaktiviteter. CFE vil prioritere danske arrangementer, men også i noget omfang i internationale arrangementer – herunder nordiske – for at indhente inspiration fra andres landes initiativer og stille vores erfaringer til rådighed for andre.

CFE deltager og bidrager aktivt til to internationale konferencer i 2011: ECEEE og EEDAL.

**Primære samarbejdspartnere:** CFE vil arbejde sammen med diverse primære aktører på energieffektiviseringsområdet, nationalt og internationalt.

### 6.1.7 Facilitering af ESCO og ESCO-light

Centret er allerede involveret i en række ESCO-projekter som fødselshjælper og formidler af gode erfaringer og hidtil i forhold til kommunale institutioner og boligforeninger. ESCO-light er målrettet de private boligejere, men vil sikkert også være relevant inden for f.eks. privat handel og service. Der vil formodentlig blive taget initiativ til nye pakkeløsninger til de forskellige målgrupper. CFE vil udvikle facilitatorrollen, vurdere fordele og ulemper ved de forskellige typer af ordninger, skabe overblik over udbyderne mv.

**Primære samarbejdspartnere:** CFE vil arbejde tæt sammen med deltagerne i arbejdsgruppen for ESCO-light med henblik på at videreudvikle de beskrevne ideer og koncepter. Derudover kan samarbejdspartnere være en lang række kommercielle eller kommunale initiativtagere.

## 6.2 Private boliger

De private husholdninger omfatter alle private forbrugere, herunder ejere af enfamiliehuse, ejerlejligheder, andelslejligheder og sommerhuse, og lejere i lejelejligheder, boligselskaber og lignede udlejere. Private boliger står for omkring 45 procent af Danmarks samlede energiforbrug (ekskl. transport).

Energisparepotentialer på dette område er betydeligt, ikke mindst inden for den eksisterende boligmasse. I praksis er der en lang række barrierer, som betyder, at det i øjeblikket går langsomt med at få realiseret sparepotentialerne. CFE skal gøre det lettere for danske husholdninger at indrette sig på en energieffektiv måde. Det gælder i forhold til rumvarme og varmt brugsvand, i forhold til elapparater og i forhold til hensigtsmæssig daglig drift i boligen. Ud over at føre kampagner direkte til målgrupperne vil CFE skabe et godt samspil med relevante aktører, f.eks. håndværkere, detailhandel og producenter af apparater.

CFE vil gennemføre aktiviteter over for alle typer af husstande, men den primære indsats vil i første omgang blive gennemført over for enfamiliehuse. Det forventes, at der kan opnås en stor effekt af kampagneaktiviteter over for denne gruppe, og samtidig er der samlet set et stort sparepotentialer. Energisparepotentialer i eksisterende enfamiliehuse alene står for ca. halvdelen af det samlede potentialer for energieffektivisering i alle typer af bygninger.

Hidtil har indsatsen over for private forbrugere været fokuseret på at videreføre relevante kampagne- og informationsaktiviteter, som blev startet af Elsparefonden og samtidig igangsætte en omorganisering af

centrets aktiviteter, så de også dækker klimaskærm, varmeanlæg mv. Det har betydet væsentlige ændringer på hjemmesiden, ligesom kundecentret er blevet udviklet til at kunne håndtere de nye typer af henvendelser. Der er endvidere et stort arbejde i gang for at forberede den kommende kampagne for energibesparelser i bygninger.

### 6.2.1 Kommende aktiviteter

Den brede kommunikationsindsats over for husholdningerne er inddelt i følgende hovedindsatsområder:

- Brede informationskampagner (se 4.2. og 6.1.5)
- Hjemmesidekommunikation (se 6.1.2)
- Selvhjælps-værktøjer og applikationer (se 6.1.2 og 6.1.5)
- Kundecenter (se 6.1.3)
- Facilitering af ESCO/ESCO-light-koncepter (se 6.1.7)
- Produktion af pjecer og lignende (se nedenfor)
- Vejledning om arkitektoniske løsninger (se nedenfor)
- Energisparemærket, se afsnit 6.2.2 nedenfor

Alle disse indsatsområder har tværgående karakter, men er dog hovedsageligt rettet mod private energibrugere.

Energisparemærkeordningen vil skabe fokus på de mest energieffektive apparater til boligen. Informationskampagnerne vil skabe generel opmærksomhed i målgruppen på energieffektivisering i boligen, herunder forbedringer af klimaskærmen. Hjemmeside, selvhjælpsværktøjer og kundecenter vil hjælpe interesserede boligejere, lejere mv. et skridt videre i forhold til at vurdere muligheder for energieffektivisering. Samtidig er jorden gødet for andre aktører på området: energirådgivere, håndværkere, lokale ESCO-light-netværk osv. CFE vil her samarbejde med en lang række relevante aktører, herunder håndværkere, arkitekter, producenter af udstyr, myndigheder og miljø- og forbrugerorganisationer.

**Produktion af pjecer og lignende:** CFE vil planlægge, producere, trykke og distribuere to til tre pjecer rettet specifikt mod private forbrugere, som ikke er knyttet til de store kampagner.

**Vejledning om arkitektoniske løsninger:** CFE vil udvikle informationsmateriale i tilknytning til Boligtjek på hjemmesiden, så det bliver muligt for boligejerne at inddrage æstetiske aspekter og bygningernes bevaringsværdighed i valg af energispareløsninger. Det kan f.eks. være i form af konkrete anbefalinger og eksempler for forskellige typer og årgange af boliger. Projektet gennemføres i samarbejde med relevante parter, f.eks. Kulturarvstyrelsen, Arkitektforeningen, Byggekultur Danmark og evt. fonde.

### 6.2.2 Energisparemærke på energieffektive produkter

Energisparemærket er CFE's vigtigste aktiv i indsatsen for at gøre det nemt at vælge energivenlige produkter for private forbrugere.

Den daglige drift varetages af et sekretariat, der administrerer tilslutningen af nye produkter og sikrer, at mærket anvendes korrekt i markedsføringen. Desuden har sekretariatet en aktiv rolle i promovning og udbredelse af mærket gennem tæt dialog med markedets aktører. I efteråret lancerede centret en kampagne for Energisparemærket, der primært havde til formål at øge synligheden i butikker og varehuse.

For at fastholde Energisparemærkets troværdighed udfører CFE stikprøvekontrol for at sikre, at produkterne lever op til mærkets krav. Dette arbejde udføres i tæt dialog med Energistyrelsen, der har tilsynet med EU's obligatoriske mærkningsordning.

CFE er i øjeblikket ved at forberede kriterier for mærkning af to nye kategorier: tv-apparater og LED-lyspærer. Tv-apparater og andet elektronisk udstyr giver anledning til en stor stigning i elforbruget. LED-pærerne bliver Energisparemærket som et led i markedsintroduktionen af disse produkter. Med Energisparemærket kan CFE blåstemple gode produkter og være med til at sikre, at forbrugerne får gode oplevelser med denne relativt nye teknologi.

#### **Kommende aktiviteter**

**Nye produktkategorier:** Hidtil har Energisparemærket udelukkende været at finde på produkter, der forbruger strøm. I 2011 vil det være naturligt at udvide paletten og tage hul på det store potentialeområde for energibesparelser i bygninger. CFE's prioritering vil i første omgang være rettet mod de produkter, hvor der ligger et stort besparelspotentiale, og hvor der samtidig er gode standarder at bygge kriterier på. Det er planen, at CFE vil introducere mærket på mindst én produktkategori relateret til energibesparelser i bygninger i 2011. På 3-5 års sigt vil centret introducere flere nye produktkategorier.

**Udfasning af produktkategorier:** I takt med at der etableres energisparemærkning på nye produktområder, vil det være nødvendigt at udfase mærket for andre produktkategorier. Der vil nemlig ikke blive tilført nævneværdigt flere ressourcer til arbejdet. Produktkategorierne vil blive prioriteret efter, hvor stor en effekt Energisparemærket har på det pågældende marked. I de tilfælde, hvor en produktkategori fjernes fra energisparemærkeordningen, vil dette blive gennemført over en passende overgangsperiode.

**Kampagne:** Med navneændringen fra Elsparemærket til Energisparemærket, ligger der en stor udfordring i at genskabe og videreføre mærkets høje kendskabsgrad og troværdighed på det danske marked. Kendskabsgraden blandt forbrugere og mærkets værdi for producenterne skabes primært gennem høj synlighed i butikkerne og gennem eksponering i elektroniske og trykte medier.

I foråret vil centret gå ud med en kampagne for energieffektive produkter, som vil være centreret om budskabet, at Energisparemærket gør det nemt at vælge energirigtige produkter. Formålet er dels at fastholde de danske forbrugeres kendskab til Energisparemærket og samtidig oplyse om, at der nu kommer nye produktkategorier inden for rumopvarmning og klimaskærm. Kampagnen vil ligeledes blive brugt til i samarbejde med Energistyrelsen at introducere den nye skala for EU's energimærkningsordning, som nu kan gå op til A+++.

**Primære samarbejdspartnere:** CFE samarbejder med de producenter, der indgår aftale om energisparemærke. Producenten får mulighed for at bruge CFE's blåstempling af produktet i markedsføringen. Derudover samarbejder CFE med detailhandlen om eksponering af energisparemærkede produkter.

### **Målepunkter**

I CFE's seneste analyse af mærkets kendskabsgrad hos forbrugerne, oplyser 71 procent af de adspurgte, at Energisparemærket har en betydning i købsituationen, og 82 procent af forbrugerne tillægger Energisparemærket troværdighed. Det er CFE's mål at fastholde denne position.

Desuden har CFE en målsætning om at introducere mærket på en produktkategori relateret til energibesparelser i bygninger.

## **6.3 Offentlige energiforbrugere**

De offentlige institutioner er samlet set storforbrugere og -indkøbere af energi og energiløsninger. Tilsvarende er der store effektiviseringsgevinster at hente i det offentlige. I arbejdet med at realisere økonomisk fordelagtige besparelspotentialer optræder erfaringsmæssigt en række særlige barrierer i det offentlige. Ofte er der uklare arbejds- og kompetencefordelinger med mange involverede parter. Desuden udgør det offentliges særlige bevillingsstruktur en væsentlig del af barriererne.

CFE's indsats over for det offentlige har som overordnet målsætning at fremme og kvalificere slutbrugernes efterspørgsel på energieffektive løsninger og produkter og energieffektiv drift af eksisterende systemer. Indfrielse af målsætninger kræver således, at CFE's aktiviteter over for de offentlige institutioner tager højde for førstnævnte barrierer. På den baggrund vil aktiviteterne for 2011 overvejende bygge videre på CFE's afprøvede metoder og koncepter, dog suppleret med det bredere fokus på energi.

### **6.3.1 Kommende aktiviteter**

I det følgende redegøres for den kommende indsats over for henholdsvis stat, regioner og kommuner og opstilling af forventet produktion af forskellige redskaber og værktøjer.

#### **Indsats i stat, regioner og kommuner**

Som følge af cirkulæret (nr. 787 af 1. oktober 2009) om energieffektivisering i statens institutioner er der allerede iværksat en række spareaktiviteter her. Cirka halvdelen af ministerierne har allerede indgået kurveknækkeraftaler, og CFE vil 2011 fortsætte med at vedligeholde og udbygge aftalerne. Det er vigtigt for CFE's generelle aktiviteter, at også statens institutioner medvirker som rollemodel i kurveknækkerarbejdet og bruger de tilknyttede aktiviteter og tilbud.

Arbejdet med regionerne vil fortsat foregå i regi af kurveknækkerindsatsen. I dag har to regioner indgået en kurveknækkeraftale, og målet for 2011 er, at flertallet af regionerne har indgået en aftale. Regionernes primære opgave er sygehusene, hvorfor indsatsen alene koncentrerer sig om denne. Kvalitative undersøgelser gennemført i 2010 kortlægger behovet for to overordnede indsatsområder, og hvor CFE samtidig kan

tilbyde relevante aktiviteter. På den baggrund vil indsatsen over for regionerne i 2011 dreje sig om følgende hovedbehov: Nybygning og renovering og medicoteknik, dvs. medicinsk udstyr.

De kommende aktiviteter over for regionerne vil primært basere sig på coaching i forskellige faglige netværk for miljøkoordinatorer og tekniske chefer, således at coachingindsatsen kommer til glæde for mange energibrugere på én gang. Metodisk vil CFE's søge allerede eksisterende netværk og i tilfælde af manglende netværk stimulere etableringen af et sådan.

Over for kommunerne er det en fortsat udbredelse og udvikling af kurveknækkerkonceptet, der udgør hjørnestenen i CFE's opsøgende aktiviteter. Dog vil CFE søge at finde partnere blandt de andre aktører på energieffektiviseringsområdet, der kan være med til at løfte opgaven. Med udgangen af 2010 har ca. 70 kommuner en kurveknækkeraftale, og heraf har ca. 20 udvidet med en varmeaftale.

**Primære samarbejdspartnere:** CFE's aktiviteter vil være koordineret med de øvrige aktørers initiativer på området. Lignende tiltag som Klimakommuner under Danmarks Naturfredningsforening og Borgmesterpagten under EU er der allerede iværksat konkret dialog om.

Endelig skal CFE's indsats koordineres og understøttes med energiselskabernes og de private rådgiveres energispareindsats. Her skal CFE via tæt dialog og konkrete samarbejder være en katalysator blandt markedets øvrige aktører, så den samlede energispareindsats over for slutbrugerne fremstår effektiv og konsistent.

### **Materialer og værktøjer**

**Energieffektive indkøb:** CFE udvikler løbende kampagner og værktøjer, der skal gøre det nemt at foretage professionelle energieffektive indkøb med CFE's indkøbsvejledning som omdrejningspunkt. Indkøb i det offentlige og hos de fleste erhvervsvirksomheder er samlet på forholdsvis få hænder. Derfor er kommunikationsformen dialogpræget med fokus på at skabe kvalificerede redskaber i samarbejde med indkøbere og indkøbsorganisationer.

CFE deltager aktivt i såvel nationale som internationale fora med fokus på energieffektive indkøb. Dette sker for at sikre, at centrets indkøbskrav lever op til internationale standarder og krav, men også med ambition om at påvirke nationale såvel som internationale processer i retning af yderligere energieffektivitet.

CFE fortsætter desuden samarbejdet med SKI (Statens og Kommunernes Indkøbs Service A/S) om energieffektivt offentligt indkøb.

**Indkøbsvejledning:** CFE udsender hvert år en indkøbsvejledning til indkøbere i det offentlige og det private erhvervsliv. Kravene i indkøbsvejledningen er fastsat på baggrund af internationale ordninger og standarder som EU's energimærkning, EU's ecodesignkrav, EU's Code of Conduct og Energy Star. Indkøbsvejledningen hjælper offentlige indkøbere med at overholde statens, regionernes og kommunernes krav til energieffektive indkøb. Men alle indkøbere både i det private erhvervsliv og det offentlige kan bruge indkøbsvejledning-

en, der gør det nemt at planlægge en energieffektiv indkøbspolitik og desuden danner baggrund for en god dialog mellem indkøber og leverandør. Primære samarbejdspartnere: Der er et tæt samarbejde med Statens Indkøb, Miljøministeriet og SKI om krav til offentlige indkøb.

**Storkøkkenvejledning:** CFE vil udsende en vejledning om energiforbrug i storkøkkener. Vejledningen indeholder gode råd om indretning af storkøkkener, indkøb af storkøkkenudstyr og energirigtig adfærd i storkøkkener. Vejledningen retter sig imod brugere af storkøkkener, indkøbere af storkøkkenudstyr og køkkenledere, energiansvarlige, bygningsansvarlige og andre, der er involveret i køkkenindretningsprojekter. Vejledningen kan bruges i storkøkkener i det offentlige, i private virksomheder, på hoteller, restauranter mv. Vejledningen følges op af en mindre kampagneindsats. Primære samarbejdspartnere: Producenter af storkøkkenudstyr.

**Andre vejledninger, som er i støbeskeen:** Serverrumsvejledning og indretnings- og projekteringsvejledning.

## 6.4 Privat erhvervsliv

I Elsparefondens tid var denne sektor uden for målgruppen. Allerede for et par år siden blev der dog så småt åbnet op for, at virksomheder inden for dette område kunne etablere kurveknækeraftaler. I foråret 2010 var der i alt ca. 40 erhvervsvirksomheder, der havde indgået en sådan aftale, primært inden for kontorhuse og butikskæder.

CFE vil i den kommende tid planlægge aktiviteter i tæt dialog med de relevante aktører. Med de nuværende ressourcer vil det kun være muligt at gennemføre aktiviteter i enkelte udvalgte brancher. CFE vil afprøve forskellige måder at nå ud til mange energibrugere med en forholdsvis begrænset indsats ved at udnytte eksisterende energibrugernes eksisterende netværker og skabe partnerskaber med relevante aktører, der kan bære koncepterne videre, herunder de aktører, der i forvejen har deres gang i virksomhederne.

Aktiviteterne vil i 2011 være koncentreret inden for mindre og mellemstore virksomheder på følgende områder:

- Formidling af viden om effektiviseringsmuligheder inden for væsentlige tværgående energiforbrugende teknologier: Rumopvarmning, belysning, ventilation og køling. Der er store effektiviseringsmuligheder i mange mindre og mellemstore virksomheder og selv om der er forskel på behov og muligheder i en kontorejendom, en butik og en produktionsvirksomhed, er det relativt nemt at tilpasse informationsmaterialer mv.
- Tilpasning af kurveknækkoncept til mindre og mellemstore virksomheder som en form for "energiledelse ultralight med støttepædagog" - altså en starthjælp til en systematisk indsats for energieffektivisering – men rensset for en hver form for tidsrøvende systemer og bureaukrati.
- Starthjælp til nye ESCO/ESCO-Light-koncepter, som kan være attraktive for mindre og mellemstore virksomheder. Centret skal støtte omkring forretnings- og konceptudvikling og ved at formidle gode erfaringer.

#### 6.4.1 Privat handel og service

Privat handel og service er en stor og mangeartet sektor med behov for en tilpasset angrebsvinkel over for de enkelte målgrupper i sektoren.

Målgruppen omfatter blandt andet kontorvirksomheder (banker, forsikring, teleselskaber, it-virksomheder og servicevirksomheder generelt), hvor der de sidste par år allerede er indgået kurveknækkeraftaler baseret på konceptet udviklet til den offentlige sektor. CFE vurderer, at kurveknækkerkonceptet med succes kan lanceres bredt over for denne målgruppe, hvor man tidligere kun har indgået kurveknækkeraftaler med de kontorvirksomheder, der selv har henvendt sig.

En anden væsentlig målgruppe er større supermarkeder og indkøbscentre. En stor del af disse har i dag en professionel energispareindsats, men tilkendegiver, at der fortsat er behov for at udvikle ny viden, koncepter mv., f.eks. om nyanlæg eller inden for belysningsområdet, hvor farvekvalitet i displays er vigtig. Et tættere samarbejde med målgruppen vil udvikle viden til gavn for hele butiksområdet.

En tredje målgruppe inden for handel og service er de mange mindre butikker og erhvervsdrivende. Denne målgruppe er særdeles omfattende og erfaringsmæssigt svær at få engageret i energispareindsatsen. Det er her interessant, at mange kommuner er i gang med at etablere lokale klimanetværk i forhold til blandt andet denne målgruppe og herunder varetager en løbende kommunikation med målgruppen.

#### **Kommende aktiviteter**

Center for Energibesparelser vil fokusere på de følgende aktiviteter i 2011:

- Indgåelse af kurveknækkeraftaler med kontorvirksomheder, butikskæder mv. baseret på en tilpasset version af de eksisterende værktøjer og metoder, helst i partnerskab med andre aktører, som kan være med til at løfte den opfølgende indsats.
- Formidle viden om effektivisering af rumvarme, belysning, ventilation og køling.
- Etablering af samarbejde med udvalgte kommuner (f.eks. klimakommuner, kurveknækkerkommuner eller borgmesterpagtkommuner) om støtte til deres klimaindsats over for mindre erhvervsdrivende, herunder afklare i hvilket omfang privat handel og service kan nås via disses netværk. CFE vil forsøge at gennemføre et pilotprojekt.
- Facilitere eventuelle ESCO-light-initiativer.

**Primære samarbejdspartnere** vil være brancheforeninger, udvalgte kommuner, Tekniq og Dansk Byggeri. Derudover skal samarbejdsmuligheder med Dansk Energi, Dansk Fjernvarme, naturgasselskaberne og olieselskaberne i forhold til deres indsats over for privat handel og service.

#### **Målepunkter**

Målepunkter for disse aktiviteter kan være:

- Antal indgåede kurveknækkeraftaler

- Antal præsentationer afholdt i kommunernes klimanetværk mv.
- Antal virksomheder, der gennemfører energieffektiviseringsprojekter med eksterne aktører

Der skal på basis af ovenstående initiativer ultimo 2011 formuleres en samlet, langsigtet strategi for Center for Energibesparelsers indsats ift. privat handel og service-sektoren.

På 3-5 års sigt vil følgende initiativer blive overvejet i dialog med relevante aktører:

- Udarbejdelse af vejledninger "Energiledelse på kontoret" og "Energiledelse i supermarkedet" med målrettede anvisning på, hvilke simple energiledelsesrutiner, der kan etableres.
- Etablering af et tættere samarbejde med de større supermarkeds kæder og indkøbscentre, evt. som et egentlig udviklingsforum, hvor barrierer og virkemidler drøftes på strategisk niveau og danner grundlag for udvikling af Center for Energibesparelsers fremtidige tilbud til denne sektor.
- Udvikling af nye værktøjer til energirigtig projektering på specielt køle- og belysningsområdet i samarbejde med virksomheder og brancheorganisationer.
- Pilotprojekt med uddannelse af håndværkere og installatører inden for specielt belysning, køling og ventilation med henblik på at service og nyanlæg på disse områder sker med fokus på energiforhold.
- Indlede samarbejde med relevante myndigheder og organisationer, fonde mv. for at sikre, at energispare-initiativer iværksættes med respekt for de enkelte bygningers karakter og æstetik.

#### **6.4.2 Mindre og mellemstore produktionsvirksomheder (ikke-kvotevirksomheder)**

I området mellem privat handel og service og større produktionsvirksomheder findes en lang række mindre produktionsvirksomheder, f.eks. trykkerier, mindre fødevarer virksomheder, plastindustri, forskningslaboratorier mv. I landbruget og fødevarerområdet vil en lang række virksomheder i det primære landbrug falde inden for denne gruppe.

Målgruppen er karakteriseret ved, at energiregningen har en betydelig størrelse, men at der kun er begrænsede ressourcer eller kompetencer til at iværksætte en energispareindsats. Og motivationen til at gøre en systematisk og vedvarende indsats for energieffektivisering er begrænset, da energjudgifterne ofte er små i forhold til merværditilvæksten.

Målgruppen får i nogle tilfælde rådgivning om energibesparelser af f.eks. Dansk Energis medlemmer, men en systematisk og vedvarende energispareindsats er vanskelig at opnå. Desuden får målgruppen ikke tilstrækkelig information om energisparepotentialer.

Mindre og mellemstore virksomheder har tidligere været i fokus i Energistyrelsens brancheenergianalyser i midten af 1990'erne, hvilke tog sigte på at udvikle generelle standardløsninger for at opnå energibesparelser i specifikke brancher.

Målgruppen er i dag desuden i fokus i en række kommunale initiativer blandt andet klimanetværk, men det vurderes, at kun en lille del af virksomhederne er engageret i energispareindsatsen.

Det vurderes i Energistyrelsen, Dansk Energi og Naturgasselskabernes nylige potentiale vurdering, at energisparepotentialerne i mindre og mellemstore virksomheder procentvist er større end i de større produktionsvirksomheder, og at der er mange lavthængende frugter at gå efter.

### **Kommende aktiviteter**

Center for Energibesparelser vil fokusere på de følgende aktiviteter i 2011

- Afprøve og tilpasse kurveknækkerkonceptet på et antal virksomheder i en eller flere udvalgte brancher.
- Som en udløber af ovenstående vil centret afprøve muligheder for at fastholde fokus på energieffektivisering i virksomhederne via eksisterende netværk, f.eks. direktørnetværk i Dansk Industris regionalforeninger eller en brancheforening. CFE formidler via netværket succeshistorier fra andre virksomheder og gør det nemt for virksomheden at tage små skridt til løbende forbedringer via kortlægning, prioritering, sætte mål, gennemføre tiltag og følge op. Det sker med en kombination af netværksmøder og løbende udsendelse af nyhedsmails.
- Formidle viden om effektivisering af rumvarme, belysning, ventilation og køling.

**Primære samarbejdspartnere** vil være brancheforeninger og erhvervs sammenslutninger, hvor CFE's aktiviteter vil understøtte og supplere branchernes egen indsats for energieffektivisering. Derudover vil vigtige samarbejdspartnere være rådgivende ingeniører, håndværkere og kommunale klima- og miljøfolk. Desuden vil samarbejds muligheder med f.eks. Dansk Energis og Naturgasselskabernes medlemmer blive undersøgt.

### **Målepunkter**

Målepunkter for disse aktiviteter kan være:

- Antal indgåede kurveknækkeraftaler
- Antal virksomheder, der gennemfører energieffektiviseringsprojekter med eksterne aktører
- Erfaringer fra gennemført kampagne for tværgående teknologier

Der skal ultimo 2011 foreligge en samlet, langsigtet strategi for, hvordan CFE vil støtte energispareindsatsen i mindre og mellemstore virksomheder. Konkrete mål for de konkrete aktiviteter i 2011 aftales med de pågældende aktører.

**På 3-5 års sigt** vil følge aktiviteter indgå i overvejelser og drøftelser med relevante aktører:

- Udarbejde vejledning om energiledelse i den mindre virksomhed – evt. som en brancherettet instruktion, f.eks. "Energiledelse i primær landbrug".
- Gennemføre kampagne inden for relevant tværgående teknologi i udvalgte brancher, f.eks. køling eller ventilation.

- Arbejde på at etablere samarbejder med servicevirksomheder og installatører om energispareaktiviteter.
- Afdække i hvilket omfang brancheforeninger kan deltage i etablering af netværksarrangementer, informationsmøder mv. og prøve det af med et eller flere arrangementer.
- Afdække i hvilket omfang kommunale klimanetværk og initiativer kan varetage en løbende mødeaktivitet og prøve det af med et eller flere arrangementer.
- Afdække i hvilket omfang kommunernes miljøtilsynsførende kan agere ambassadører for energispareindsatsen i forhold til mindre og mellemstore virksomheder og prøve det af med et eller flere arrangementer.

#### **6.4.3 Større produktionsvirksomheder (kvotevirksomheder og lignende)**

Større produktionsvirksomheder har betydelig fokus i Dansk Energis og private rådgiveres arbejde med energibesparelser. Og energiudgifter fylder typisk meget i virksomhedens samlede regnskab. Energispareindsatsen i de større virksomheder kan derfor i stor udstrækning forventes dækket via normale kommercielle mekanismer.

Der er dog et anerkendt behov for at formidle gode eksempler, viden om ny teknologi mv. på tværs af virksomheder og en tværgående informationsindsats kunne være et muligt fremtidigt initiativ for CFE. CFE kan endvidere formidle viden om typiske sparepotentialer og eksempler fra Energistyrelsens særlige undersøgelser.

Dansk Energis medlemmer har tidligere gennemført succesfulde kampagner inden for de tværgående teknologier, f.eks. energieffektive elmotorer, pumper, varmevekslere, belysning mv. Hvis der er et behov for at genoptage disse kampagner, kan CFE koordinere indsatsen i samarbejde med brancheorganisationer, producentorganisationer mv. og stå for produktion og distribution af relevant kampagnemateriale.

#### ***Kommende aktiviteter***

Center for Energibesparelser vil påbegynde dialog med Energistyrelsen (aftaleordningen for energitunge virksomheder), Dansk Energi, Foreningen af Rådgivende Ingeniører (F.R.I), Naturgasselskaberne, Dansk Industri og Landbrug og Fødevarer om, hvordan en eventuel informationsindsats kan støtte den igangværende energispareindsats i større produktionsvirksomheder.

#### ***Målepunkter***

Målepunkter vil blive fastlagt og vurderet som en del af samarbejdet med de relevante aktører.

## 6.5 Øvrige aktiviteter

### 6.5.1 Drift af sekretariatet

Sekretariatet består ud over sekretariatschefen af 16 medarbejdere, heraf tre studentermedhjælpere. Medarbejderne er fortrinsvis beskæftiget med projektledelse, PR, kunderådgivning, planlægning, økonomistyring og administration.

Sekretariatet deler hus og en række administrative funktioner med Energistyrelsen på Amaliegade i København.

### 6.5.2 Udbudspolitik

Centrets udbudsforretninger underbygger centrets handlingsplan, så kommende nye initiativer kan understøttes via udbud af de relevante opgaver. Opgaverne udbydes på en systematisk måde, der modsvarer de ressourcer, centret har til rådighed. Således sikres, at områder sendes i udbud, hvis de skønnes at få et ressourceforbrug, der overstiger EU-udbudsregler eller tilbudslovens tærskelværdier.

Et bærende element i CFE's udbudspolitik er, at der med udbudsforretningerne opnås resultater, der enten giver CFE en bedre udnyttelse af centrets ressourcer eller bedre ydelser for samme ressourcer. Dette indebærer blandt andet, at der skal skabes en troværdig konkurrencesituation, hvor det sikres, at relevante tilbudsgivere deltager.

I selve udbudsprocessen vægtes hensynet til de bydende parter højt. De bydende parter lægger et stort arbejde i udbudsprocessen, og CFE bestræber sig på at skabe en professionel og god proces for alle parter undervejs i udbudsprocessen.