

VEJEN TIL DEN GRØNNE EL-BRANCHE

EN ANALYSE AF INITIATIVER
OG UDFORDRINGER



DANSK
EL-FORBUND

TEKNIQ
ARBEJDSGIVERNE

BRIDGE





INDHOLDSFORTEGNELSE

Indledning

Generelle tendenser

Vejen til den grønne el-branche

Trin 1: De bevidste

Trin 2: De ambitionsdrevne

Trin 3: De målorienterede

Trin 4: De initiativrige

Trin 5: De kulturbærende

Den grønne trappe som værktøj

Potentialer ved at ændre arbejdsgange

INDLEDNING

- En fælles analyse om udfordringer og initiativer ifm. den grønne omstilling i el-branchen igangsat i forlængelse af OK 2023.
- El-branchen skal i endnu højere grad eje den grønne førertrøje.
- Den grønne omstilling er en fælles opgave, som kun kan løses på arbejdspladsen i fællesskab.
- Analysen skal inspirere og formidle viden til den enkelte arbejdsplads i el-branchen om næste skridt i arbejdet med den grønne omstilling.



GENERELLE TENDENSER

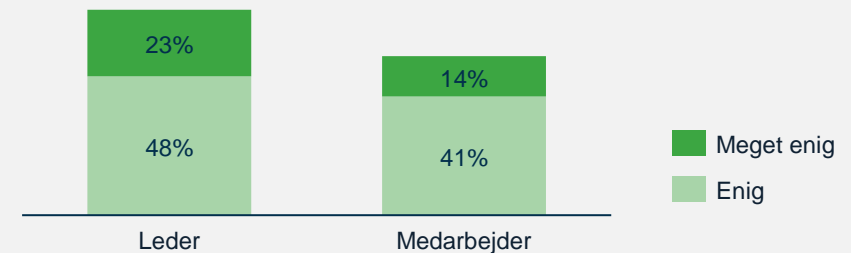
EL-BRANCHEN ER INVESTERET I DEN GRØNNE OMSTILLING

- Den grønne omstilling er i fuld gang og berører hele el-branchen, store som små arbejdspladser.
- Det er vigtigt for arbejdspladser i el-branchen at have fokus på den grønne omstilling.
- Medlemmer er interesserede i den grønne omstilling på tværs af generationer og stillinger.
- Den grønne omstilling sker primært gennem grønne løsninger, og i mindre grad gennem grøn adfærd på arbejdspladsen.



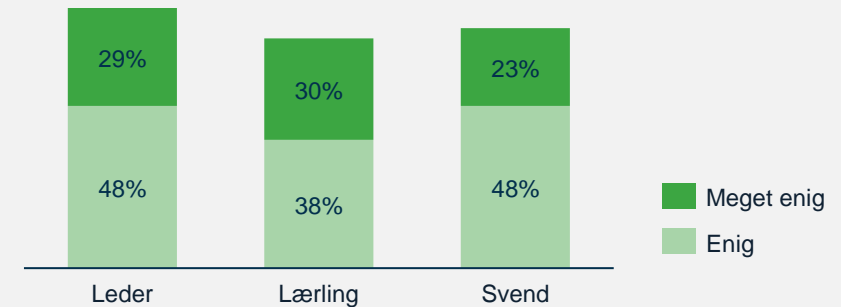
Efterspørgslen ifm. den grønne omstilling vil kun stige, så det er bare om at følge trop og være med på beatet. – Leder

Figur 1: Det er vigtigt for min arbejdsplads at have fokus på den grønne omstilling



N: Leder=221, Medarbejder=629

Figur 2: Det er vigtigt for mig at gøre min del for at nedbringe CO₂-udledningen – fordelt på stilling



N: Leder=221, Lærling=81, Svend=548

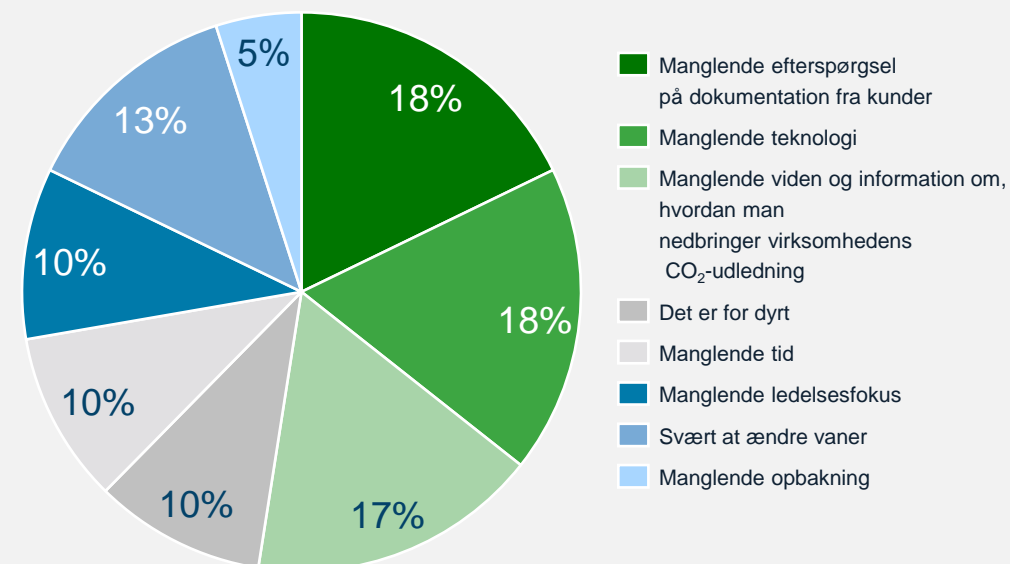
DE STØRSTE UDFORDRINGER FOR DEN INTERNE OMSTILLING

- Eksterne faktorer er de største udfordringer for at nedbringe CO₂-udledningen fra arbejdspladsen selv.
- Et vedholdende ledelsesfokus er en afgørende faktor for, at en arbejdsplads kan lykkes med at igangsætte grønne initiativer og arbejdsgange.
- Kun 10 pct. af medlemmerne oplever, at et manglende ledelsesfokus er en udfordring for den interne omstilling.



Bilerne er vores udfordring. Vi har set på vores bilpark, men det er svært, når vi så taler om mulighederne for at kunne køre langt og med vores værktøj – [...] det er for svært med teknologien og infrastrukturen. Det handler om strømmen, for vores medarbejder skal have tid til at komme ud til næste kunde. Det kommer nok en dag, men det er ikke lige nu. – Leder

Figur 3: Udfordringer for at nedbringe CO₂ internt i virksomheden



N=850

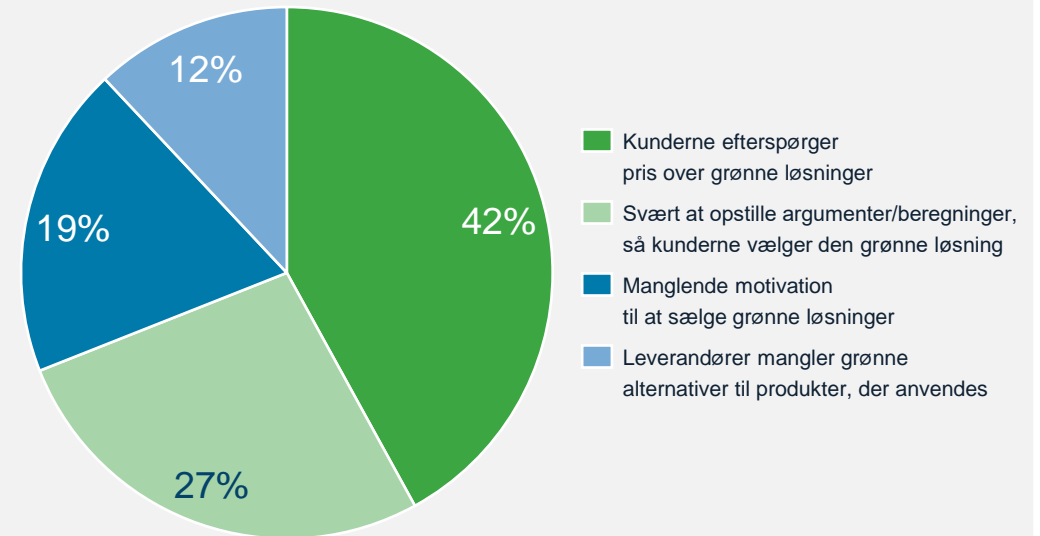
DE STØRSTE UDFORDRINGER PÅ KUNDESIDEN

- Pris vægtes højere end grønne løsninger hos kunderne.
- Det er svært at opstille argumenter, der hjælper til at sælge de grønne løsninger.
- Der er manglende motivation for at indgå i dialog med kunder for at prøve at sælge de grønne løsninger.

*Når jeg har montører, som skal ud til hr. og fru Jensen, så er de mest interesserede i, om stikkontakten koster 27 kr. eller 29 kr. De grønne løsninger er ofte billigere på sigt, men kunderne kigger meget på, hvad tingene koster nu og her. -
Leder*



Figur 4: Udfordringer for at nedbringe CO₂ ude hos kunder



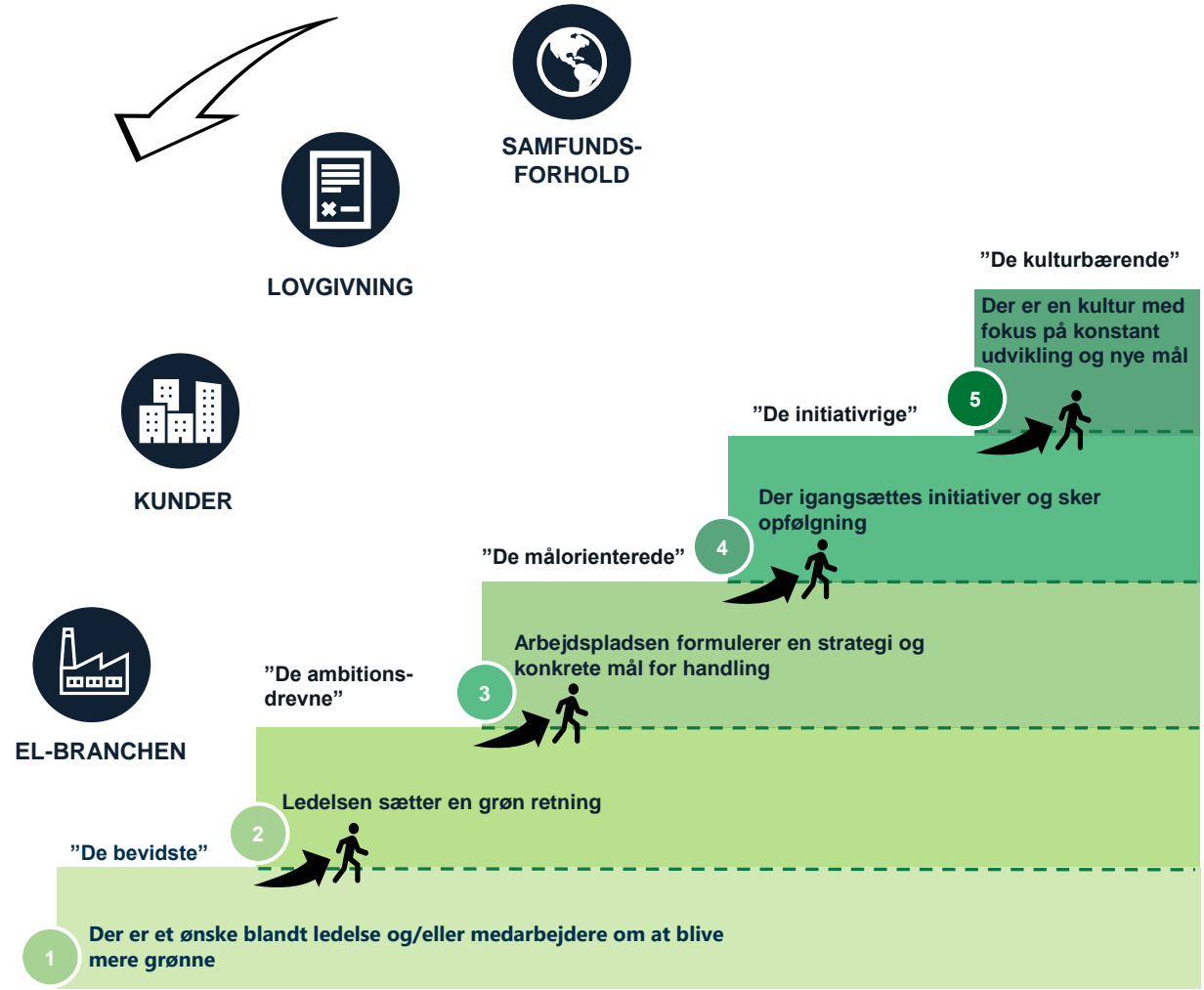
N=850

VEJEN TIL DEN GRØNNE EL-BRANCHE

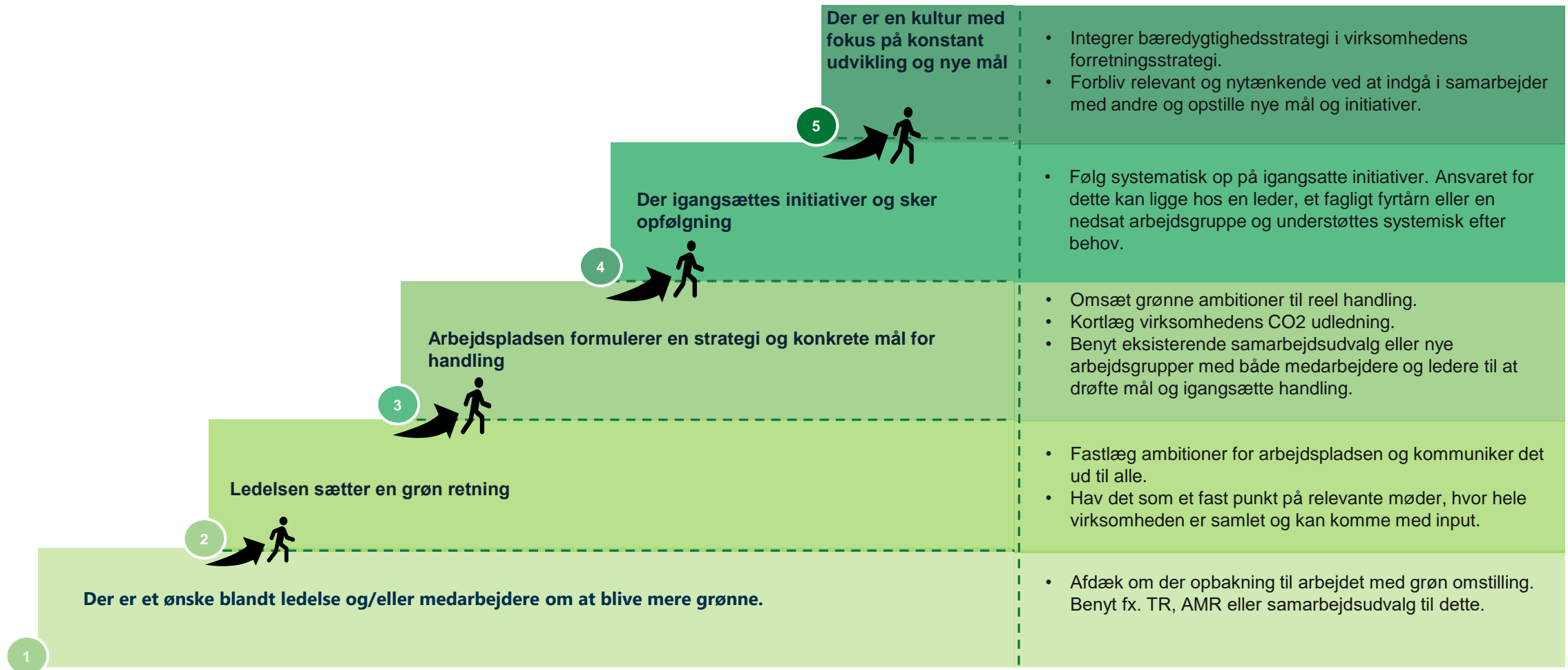
DEN GRØNNE TRAPPE VISER VEJ

FEM TRIN PÅ VEJEN MOD AT BLIVE MERE GRØN

- 1** *De bevidste:* El-virksomheden kan se en mening i at tage større del i den grønne omstilling og har et ønske om at nedbringe virksomhedens egen CO₂-udledning.
- 2** *De ambitionsdrevne:* Ledelsen i virksomheden har en ambition om, at el-virksomheden skal blive mere grøn og sætter en grøn retning som fokus.
- 3** *De målorienterede:* El-virksomheden formulerer en strategi og nedsætter konkrete mål for handling.
- 4** *De initiativrige:* El-virksomheden igangsætter konkrete initiativer for at nå målene, og der følges løbende op på disse.
- 5** *De kulturbærende:* El-virksomheden har fokus på konstant udvikling og nye mål, hvor grøn omstilling og bæredygtighed er en integreret del af kulturen.



DEN GRØNNE TRAPPE VISER VEJ



TRIN 1: DE BEVIDSTE



TRINNETS INDHOLD

- Afdæk om der blandt ledere og medarbejdere er opbakning til, at arbejdspladsen bliver mere grøn.
- Undersøg hvad det vil sige at være en grøn arbejdsplads.

Vi prøver at snakke om grøn omstilling i virksomheden. Vi siger også til ledelsen, at vi gerne vil skubbes til. Samtidig kan vi også starte med os selv og se, om vi kan blive bedre til at tage flere grønne valg. - Leder



GREB

- A Deltag i netværk
- B Bevidsthed om konsekvenser
- C Den grønne samtale på arbejdspladsen



DE STØRSTE UDFORDRINGER

- Manglende viden
- Manglende motivation
- Alene med et ønske om at blive grøn.

Der er et ønske blandt ledelse og/eller medarbejdere om at blive en grøn arbejdsplads

DEN GRØNNE SAMTALE KAN TAGES PÅ MANGE MÅDER

Afdæk om der er opbakning til den interne grønne omstilling gennem den grønne samtale på arbejdspladsen.

Uformel dialog

- Bring det på banen som en naturlig del af dagens opgaver, fx ved kaffemaskinen eller i frokostpausen.

Formel dialog

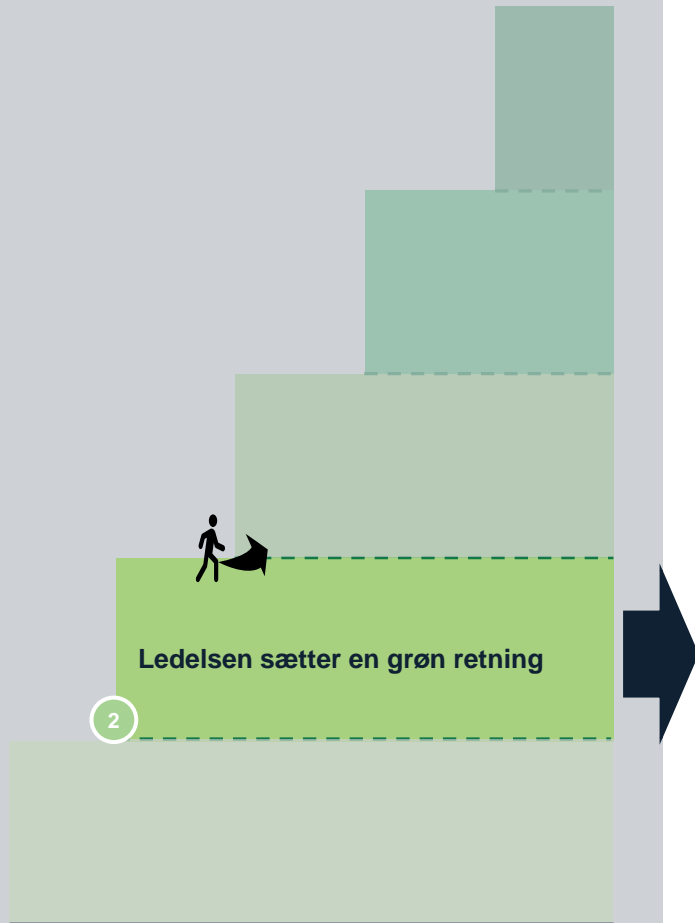
- Tag samtalen op i samarbejdsudvalget eller med arbejdspladsens tillidsrepræsentant/arbejds miljørepræsentant, som kan bringe ønsket videre.

"Vi taler meget om den grønne omstilling. Dét, at vi snakker om det, kom i starten meget fra min kollega. Han mindede os om det. Nu kommer det også højere oppefra, men vi handler på det." – Medarbejder

SÅDAN KAN I GØRE

- 1 Italesæt overvejelser og ønsker om grøn omstilling over for kollegaer, og få en fornemmelse af deres motivation.
- 2 Igangsæt den grønne samtale uformelt i løbet af dagen eller gennem eksisterende fora op arbejdspladsen.
- 3 Fortsæt den grønne samtale ved at tage initiativ til snakke, komme med forslag og gribe dine kollegaers forslag til initiativer.

TRIN 2: DE AMBITIONSDREVNE



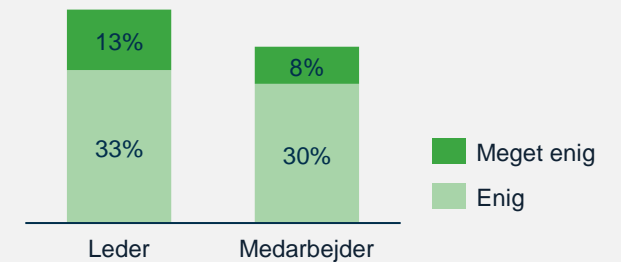
TRINNETS INDHOLD

- Sæt en grøn retning og fastlæg ambitioner for el-virksomheden.
- Kommunikere og informer alle på arbejdspladsen om det grønne fokus.

GREB

- D Businesscase
- E Opkvalificering af relevante kompetencer
- F Kommunikation på arbejdspladsen

Figur 5: Ledelsen har sat en grøn retning for arbejdet med den grønne omstilling



N: Leder=221, Medarbejder=629

DE STØRSTE UDFORDRINGER

- En bekymring omkring investeringsstørrelse
- For tidskrævende
- Manglende ledelsesfokus
- Svært at sætte en meningsgivende retning
- Manglende opbakning

KOMMUNIKATION PÅ ARBEJDSPLADSEN SØRGER FOR AT FÅ ALLE MED PÅ DEN GRØNNE BØLGE

For at skabe bevidsthed om, og opbakning til, de grønne ambitioner og den interne grønne omstilling, kræver det stærk kommunikation på arbejdspladsen.

Virksomheder bruger typisk følgende kanaler til kommunikation omkring den grønne dagsorden:

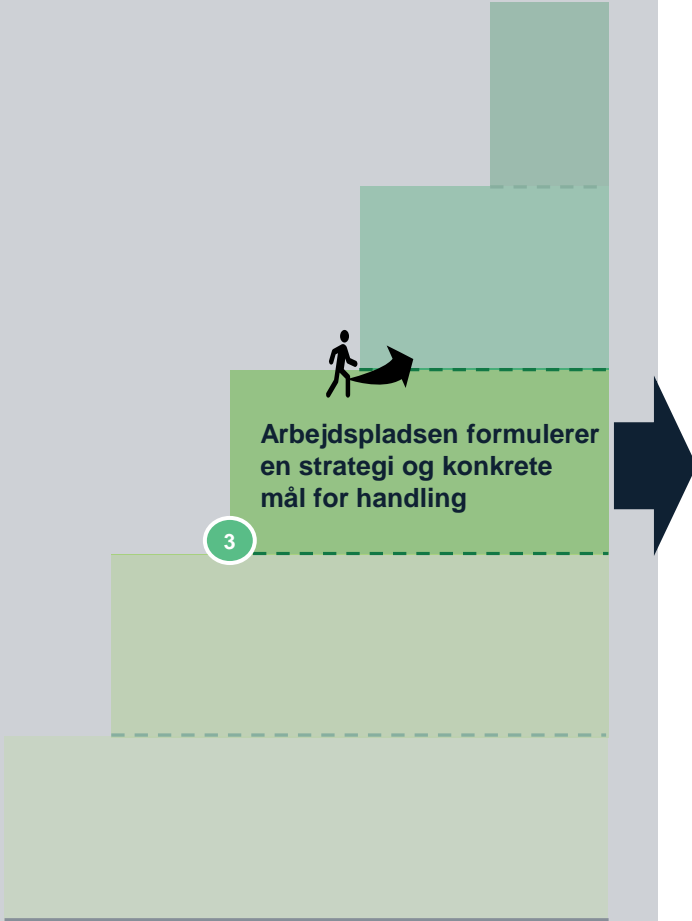
- Nyhedsbreve, intranet, facebookgrupper og egne kommunikations apps.
- Fysiske møder hvor intern grøn omstilling er en del af dagsordenen. Her fortæller ledere og medarbejderrepræsentanter om arbejdet, og hvorfor det er vigtigt at alle er med om bord.

”Vi inviterer medarbejderne til et virksomhedsmøde én gang om året, hvor de har mødepligt. Så får de en masse informationer om virksomheden, fx hvor vi er lige nu, og hvad vi skal i fremtiden. Vi snakker også om, hvis vi har brug for nye initiativer.” – Leder

SÅDAN KAN I GØRE

- 1 Afklar på ledelsesniveau og i samarbejde med TR eller AMR hvordan og hvornår det giver mening, at alle på arbejdspladsen informeres om arbejdet med den interne grønne omstilling.
- 2 Anvend forskellige formater til at kommunikere, så det er sikkert at det når ud til alle på arbejdspladsen.
- 3 Sørg for at der løbende kommunikeres, så det er tydeligt at arbejdet med intern grøn omstilling ikke blot er en døgnflue.

TRIN 3: DE MÅLORIENTEREDE



Arbejdspladsen formulerer en strategi og konkrete mål for handling

3

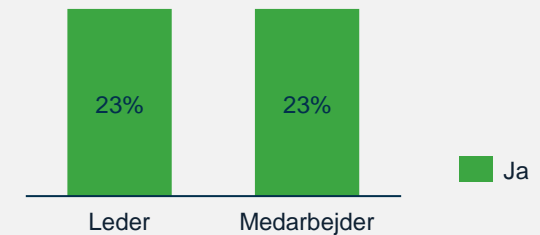
TRINNETS INDHOLD

- Kortlæg virksomhedens CO₂-udledning.
- Udarbejd en bæredygtighedsstrategi med konkrete mål og handlingsanvisninger.
- Nedsæt nye, eller gør brug af eksisterende, arbejdsgrupper og samarbejdsudvalg.
- Igangsæt initiativer på baggrund af mål, og påbegynd handling.

GREB

- G** Involvering på tværs
- H** Innovative distributør- og leverandørløsninger
- I** Redskaber til kortlægning af indsatsområder
- J** Opkvalificering af rådgivende salgskompetencer

Figur 6: Virksomheden har sat konkrete mål for arbejdet med grøn omstilling



N: Leder=221, Medarbejder=629

DE STØRSTE UDFORDRINGER

- Manglende opbakning fra medarbejdere.
- Svært at ændre vaner.
- Svært at få overblik over el-virksomhedens CO₂-udledning.
- Manglende kundefterspørgsel på grønne løsninger.

INVOLVERING PÅ TVÆRS STYRKER MOTIVATIONEN OG BIDRAGER TIL IGANGSÆTTELSEN AF INITIATIVER

Ved at sikre en bred involvering i arbejdet med den interne grønne omstilling af virksomheden, opstår en fælles motivation for arbejdet. Med en fælles følelse af ejerskab over og engagement i omstillingen, skabes der en åben kultur, hvor alle oplever, at de kan byde ind med gode idéer og ønsker.

En oplagt mulighed for at sikre bred involvering i virksomhederne er at benytte eksisterende samarbejdsfora eller nedsætte en arbejdsgruppe for med repræsentanter fra både ledelses- og medarbejderniveau.

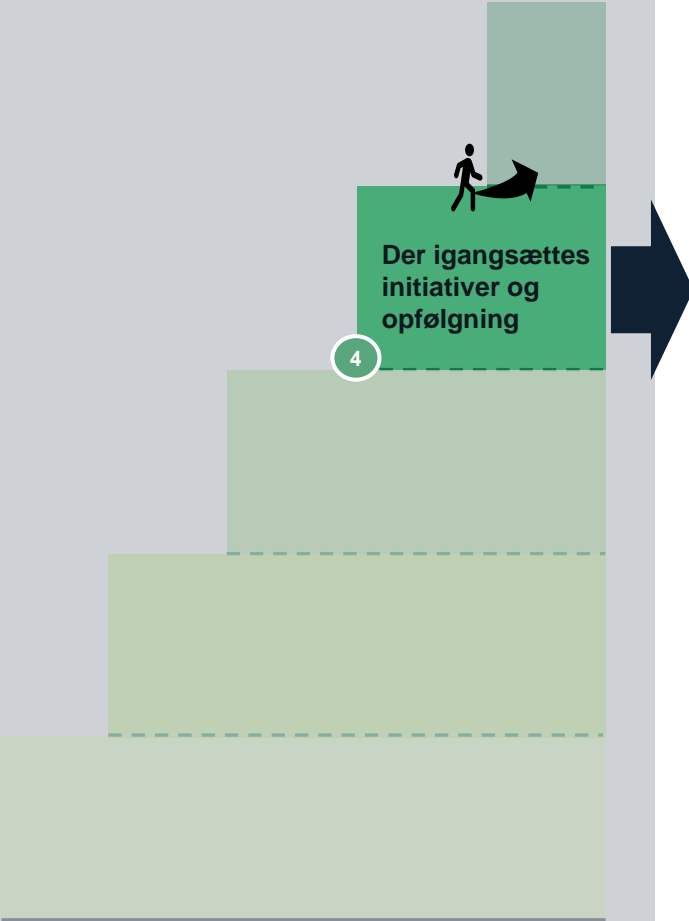
”Vi inddrager medarbejderne i alt. Det fungerer godt, når de selv skal være med til at sætte deres eget aftryk. Nogle gange spørger vi, om de har lyst til at være med, andre gange prikkes vi folk på skulderen. Der er altid nogle med fra alle vores afdelinger i de her udvalg.” – Leder

”Vi har et forum for lærlinge, hvor vi ser på deres inputs og viden, og hvordan vi kan rykke os” – Leder

SÅDAN KAN I GØRE

- 1 Tag initiativ til at oprette en arbejdsgruppe eller udvalg om grøn omstilling i virksomheden. Det kan med fordel også inkorporeres i dagsordenen hos et evt. samarbejdsudvalg.
- 2 Afhold møder i arbejdsgruppen eller udvalget. Sørg for, at alle kan komme med inputs, forslag og ideer til nye initiativer eller ændrede arbejdsgange, som kan bidrage til den grønne omstilling.
- 3 Afhold møder med en fast frekvens og følg op på de aktiviteter, der aftales. Sørg for at arbejdsgruppen er inkluderende ift. nye medarbejdere.

TRIN 4: DE INITIATIVRIGE



Der igangsættes initiativer og opfølgning

4



TRINNETS INDHOLD

- Udarbejd delmål og afsæt ressourcer.
- Igangsæt initiativer.
- Systematisk opfølgning på de igangsatte initiativer.
- Gå i dialog med leverandører og distributører.



GREB

- K** Grøn onboarding og tankegang.
- L** Systematisk opfølgning som redskab.
- M** Løbende dialog med leverandører/distributører.



Jeg har taget kontakt til nogle leverandører, og derudfra har vi lavet et årshjul med alle vores leverandører hvor vi har dialog. Vi har en fast turnus ift., hvad vi snakker om. Salgsdirektørerne siger til mig, at de er glade for, at jeg ringede.
– Leder



DE STØRSTE UDFORDRINGER

- At få grøn omstilling ind under huden.
- Ændringer af vaner ifm. daglige arbejdsgange.
- Manglende data og gennemsigtighed fra leverandører.

OPFØLGNING PÅ INITIATIVER BIDRAGER TIL MOTIVATION

For at sikre, at arbejdet med den interne grønne omstilling går den rigtige vej, er det vigtigt at følge op på de igangsatte initiativer.

Opfølgning og monitorering af igangsatte initiativer kan både være i form af feedback fra medarbejdere eller konkret data på CO₂ udledning.

Det er vigtigt at alle på arbejdspladsen præsenteres for udviklingen af arbejdet med at nedbringe CO₂-udledningen som følge af de iværksatte initiativer og tiltag. Det skaber motivation at se, at man gør en forskel

"Det er vigtigt, at vi hele tiden viser medarbejderne, hvor vi står. Når vi holder infomøde, så viser vi tallene over, hvor vi er, og hvor vi gerne vil hen." – Leder

"Vi har et samarbejde med Stena, som afhenter vores affald, hvor vi får data fra dem. Vi kan se, hvad vores CO₂-besparelser ligger på ift. det, der bliver genanvendt. Vores mål er at komme op over 90 pct." – Leder,

SÅDAN KAN I GØRE

- 1 Indhent og følg løbende op på relevant data. Det kan f.eks. være data for affaldshåndtering, genanvendelse eller energi leveret af egne solceller.
- 2 Præsenter data for alle i virksomheden på faste møder. Således kan man vise udviklingen i virksomheden mht. nedbringelsen af den direkte CO₂-udledning.
- 3 Gør samtalerne omkring grøn omstilling mere visuelle ved at præsentere data og den overordnede udvikling i form af f.eks. tal, grafer, billeder og videoer.

TRIN 5: DE KULTURBÆRENDE



Konstant udvikling og nye mål

5



TRINNETS INDHOLD

- Integrer bæredygtighed i forretningsstrategien
- Opstil nye målsætninger og igangsæt nye initiativer.
- Deltag i udviklingssamarbejder og vidensdeling.



GREB

- N** Udvikling og samarbejde.
- O** God ledelse og god kultur



DE STØRSTE UDFORDRINGER

- At forblive relevant og nytænkende.
- Holde fast i kulturen.

Den yngre generation stiller endnu større krav til en virksomhed ift. en grøn profil, muligheder og en god kultur. I gamle dage handlede det om at have et job, hvor man kunne være i lang tid, men i dag handler det mere om mulighederne, og når der ikke er flere af dem, så rykker man videre til næste sted. – Leder



UDVIKLINGSSAMARBEJDER BIDRAGER TIL AT ARBEJDSPLADSEN FORBLIVER RELEVANT

For at forsætte udviklingen, bør arbejdspladsen løbende nedsætte nye mål. Derudover indgår flere EI-virksomheder i samarbejder med andre aktører, for at bidrage yderligere til arbejdet med den grønne omstilling.

Flere EI-virksomheder er allerede i gang med forskellige samarbejder:

- Udvikling af grønne servicevogne i samarbejde med Solar og Schneider Electric.
- Udvikling af bæredygtige fossilfri energiløsninger B2B med vindturbiner og solceller i samarbejde med SMV-Vækst.
- Udvikling af en bæredygtighed og arbejdsmiljø netværksgruppe med andre virksomheder indenfor det Maritime erhverv. .

*”Vi har lavet et partnerskab og brainstormet på, hvordan vi laver den grønne servicevogn. Ideen er, at den er fyldt med grønne materialer – som altså skal monteres hos kunden – og selvfølgelig kører den også på el.”
– Tillidsrepræsentant.*

SÅDAN KAN I GØRE

- 1 Afklar hvilken type samarbejde, og inden for hvilket område, I ønsker at bidrage til.
- 2 Prioriter tid til udviklingsarbejdet og sørg for at holde din virksomhed eller arbejdsplads opdateret på, hvordan det går.
- 3 Orienter andre virksomheder og samarbejdspartnere om jeres arbejde – måske det kan inspirere andre til at gøre det samme.

DEN GRØNNE TRAPPE SOM ET VÆRKTØJ

OPSAMLING PÅ DEN GRØNNE TRAPPE

INDHOLD, UDFORDRINGER OG GREB

TRIN	INDHOLD	UDFORDRINGER	GREB
1	<ul style="list-style-type: none">Afdæk om der blandt ledere og medarbejdere er opbakning til at arbejdspladsen bliver mere grøn.Undersøg hvad det vil sige at være en grøn arbejdsplads	<ul style="list-style-type: none">Manglende viden.Manglende motivation.Alene med et ønske om at blive grøn.	<ul style="list-style-type: none">A Deltag i netværk.B Bevidsthed om konsekvenser.C Den grønne samtale på arbejdspladsen.
2	<ul style="list-style-type: none">Sæt en grøn retning og fastlæg ambitioner for el-virksomheden.Kommunikere og informer alle på arbejdspladsen om det grønne fokus.	<ul style="list-style-type: none">En bekymring omkring investeringsstørrelse.For tidskrævende.Manglende ledelsesfokus .Svært at sætte en meningsgivende retning.Manglende opbakning.	<ul style="list-style-type: none">D BusinesscaseE Opkvalificering af relevante kompetencerF Kommunikation på arbejdspladsen
3	<ul style="list-style-type: none">Kortlæg virksomhedens CO₂-udledning.Udarbejd en bæredygtighedsstrategi med konkrete mål og handlingsanvisninger.Nedsæt nye, eller gør brug af eksisterende, arbejdsgrupper og samarbejdsudvalg.Igangsæt initiativer på baggrund af mål, og påbegynd handling	<ul style="list-style-type: none">Manglende opbakning fra medarbejdere.Svært at ændre vaner.Svært at få overblik over el-virksomhedens CO₂-udledning.Manglende kundefterspørgsel på grønne løsninger.	<ul style="list-style-type: none">G Involvering på tværs.H Innovative distributør- og leverandørløsninger.I Redskaber til kortlægning af indsatsområder.J Opkvalificering af rådgivende salgs-kompetencer.
4	<ul style="list-style-type: none">Udarbejd delmål og afsæt ressourcer.Igangsæt initiativer.Systematisk opfølgning på de igangsatte initiativer.Gå i dialog med leverandører og distributører.	<ul style="list-style-type: none">At få grøn omstilling ind under huden.Ændringer af vaner ifm. daglige arbejdsgange.Manglende data og gennemsigtighed fra leverandører.	<ul style="list-style-type: none">K Grøn onboarding og tankegang.L Systematisk opfølgning som redskab.M Løbende dialog med leverandører/distributører.
5	<ul style="list-style-type: none">Integrer bæredygtighed i forretningsstrategien.Opstil nye målsætninger og initiativer.Deltag i udviklingssamarbejder og vidensdeling.	<ul style="list-style-type: none">At forblive relevant og nytænkende.Holde fast i kulturen.	<ul style="list-style-type: none">N Udvikling og samarbejde.O God ledelse og god kultur.

HVORDAN KAN VI BENYTTE DEN GRØNNE TRAPPE SOM VÆRKTØJ?

1

HVOR LIGGER VI PÅ DEN GRØNNE TRAPPE?

Snak med hinanden om, hvilket trin på trappen, I på nuværende tidspunkt er på.

For at kunne placere jer korrekt, bør I snakke om følgende:

- Hvilke konkrete initiativer har vi igangsat?
- I hvor høj grad er det et fokus på arbejdspladsen? (Både på ledelses- og medarbejderniveau)
- Hvilket trin ligger vi umiddelbart på?

Placer jer vha. trappen og de tilhørende konkrete aktiviteter.

2

HVAD ER VORES UDFORDRINGER, OG HVORDAN LØSER VI DEM?

Når I ved, hvilket trin, I ligger på, kan I vende blikket fremad og se, hvad der skal til for at komme videre til det næste trin. Derfor bør I snakke om og finde frem til:

- Hvad er vores største udfordringer?
- Hvilke greb er koblet til disse udfordringer, og kan vi benytte dem til at løse vores udfordringer?

Orienter jer i overblikket over udfordringer og greb.

3

HVORDAN FORTSÆTTER VI ARBEJDET?

Genbesøg trappen én til to gange om året eller efter behov. Dette kan f.eks. ske i samarbejdsudvalget, på morgenmøder eller lignende, så det bliver tydeligt for alle på arbejdspladsen, hvor I er, og hvor I gerne vil hen.

POTENTIALER VED AT ÆNDRE ARBEJDSGANGE

POTENTIALET VED AT OVERGÅ TIL ELDREVNE VAREBILER

UDGANGSPUNKT

- Den lokale elektriker, der i løbet af en dag kan have op til **fire sager hos fire forskellige kunder.**

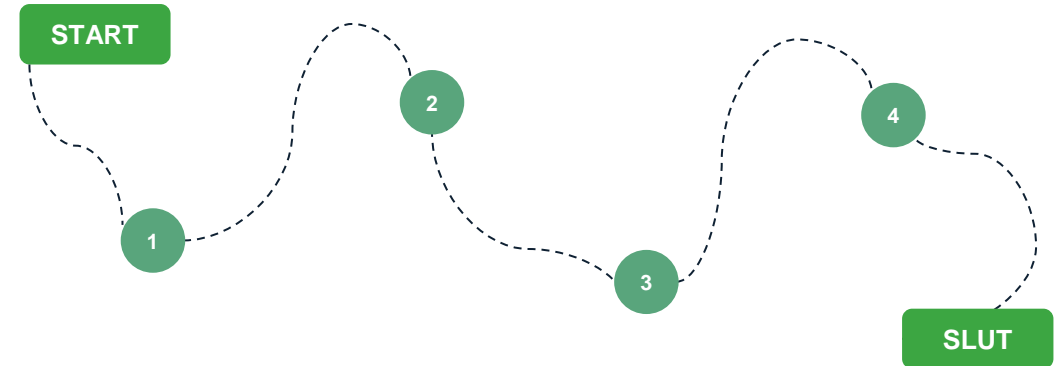
KØREDISTANCE

- I løbet af én dag kommer elektrikerens op på en samlet køredistance på 15,6 km.
- Det svarer til **4048,1 km. pr. mandeår.**

CO₂-UDLEDNING

- Elektrikeren kører i en Mercedes Vito. Alt efter om elektrikerens kører i en diesel- eller elbilsversion, er der et forbrug på drivmiddel på enten 333,4 L diesel eller 900 kWh pr. år.
- Når man ser på CO₂-udledningen, **udleder dieselbilen 2,8 gange mere end elbilen.**

DISTANCE: PR. DAG: 15,6 KM. | PR. MANDEÅR: 4048,1 KM.



POTENTIALET VED EN MERE EFFEKTIV OG SYSTEMATISK PLANLÆGNING AF TRANSPORTROUTE VED KUNDEBESØG

UDGANGSPUNKT

- Den lokale elektriker, der i løbet af en dag har **fire kundeopgaver beliggende inden for den samme kommune**. Eksemplet er her Odense Kommune.
- Elektrikeren kører i en **dieselbil**.

PLANLÆGNING AF RUTE

- Vha. Google Maps planlægges der fem forskellige ruter mellem de fire kundelokationer.
- Ved at køre den **mest optimerede rute** (=færrest kørte km.), ender elektrikeren med at køre i alt **5,6 km**.
- Ved at køre den **mindst optimerede rute** (=fleest kørte km.), ender elektrikeren med at køre i alt **8,3 km**.

CO₂-UDLEDNING

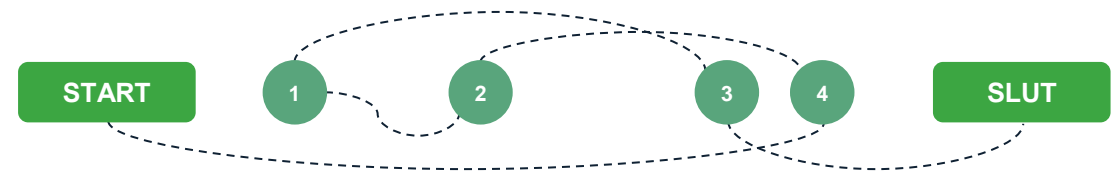
- Ved at vælge den mindst optimerede rute skal elektrikeren **køre 48 pct. længere**, end hvis han/hun havde kørt den korteste rute.
- Med den mindst optimerede rute udleder elektrikeren i dette tilfælde **1½ gang så meget CO₂** (målt i kg.) som ved den mest optimerede rute.

ODENSE KOMMUNE – OPTIMERET RUTE



TOTAL ANTAL KØRTE KM: 5,6.

ODENSE KOMMUNE – IKKE-OPTIMERET RUTE



TOTAL ANTAL KØRTE KM: 8,3.

