

# 2010 års uppföljning av den kommunala energi- och klimatrådgivningen

ER 2011:08

Böcker och rapporter utgivna av Statens  
energimyndighet kan beställas via  
[www.energimyndigheten.se](http://www.energimyndigheten.se)  
Orderfax: 08-505 933 99  
e-post: [energimyndigheten@cm.se](mailto:energimyndigheten@cm.se)

© Statens energimyndighet

ER 2011:08

ISSN 1403-1892

## Förord

Energimyndigheten har regeringens uppdrag att finansiera energi- och klimatrådgivningen i kommuner i landet. De kommunala energi- och klimatrådgivarnas uppdrag är att förmedla lokalt och regionalt anpassad kunskap om energieffektivisering, energianvändning och klimatpåverkan samt om förutsättningar att förändra energianvändningen i lokaler och bostäder. Målgruppen för rådgivningen är hushåll, företag och organisationer.

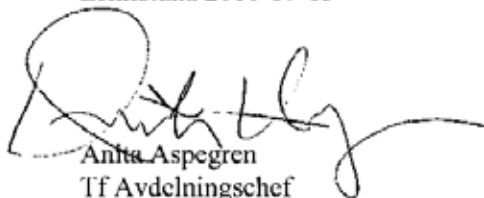
Följande undersökning redovisar energi- och klimatrådgivarnas verksamhet för år 2010. Den övergripande uppfattningen är att rådgivarna ger en positiv bild av sitt arbete inom energi- och klimatområdet. De anser att kontakterna med både Energimyndigheten och de regionala energikontoren fungerar väl. Det informationsmaterial och de utbildningar samt konferenser som utformas är användbara och uppskattade.

Allmänheten är den vanligaste målgruppen och telefonrådgivning är fortfarande, likt tidigare år, den vanligaste aktiviteten. De vanligaste frågorna handlar om värmepumpar, allmänna energisparråd, och energibidrag.

Brist på tid, vilket i sin tur försämrar möjligheterna att synas och nå ut till målgrupperna, anges som största problemet i det dagliga arbetet för rådgivarna. Flera anser att deltidstjänster skapar en splittrad arbetssituation

Undersökningen skickades ut av Energimyndigheten i form av ett elektroniskt formulär till landets samtliga 290 kommuner i november 2010. Svarsfrekvensen var 100 procent, det vill säga samtliga av landets 290 kommuner har besvarat enkäten/aktivitetsrapporten. KanEnergi svarade för distribution och sammanställning.

Eskilstuna 2011-09-15



Anita Aspegren  
Tf Avdelningschef  
Avd. för främjande



Margurite Karlsson  
Handläggare  
Avd. för främjande



## Innehåll

<b>1</b>	<b>Inledning</b>	<b>7</b>
1.1	Tillvägagångssätt .....	8
1.2	Disposition.....	9
<b>2</b>	<b>Sammanfattning</b>	<b>11</b>
<b>3</b>	<b>Organisation</b>	<b>13</b>
<b>4</b>	<b>Planering och överväganden</b>	<b>17</b>
4.1	Aktiviteter och marknadsföring.....	17
4.2	Ekonomiska ramar .....	18
<b>5</b>	<b>Kontakter med olika aktörer</b>	<b>21</b>
5.1	Kontakter med Energimyndigheten.....	21
5.2	Kontakter med regionala energikontor .....	30
5.3	Samarbeten med andra aktörer .....	31
<b>6</b>	<b>Det dagliga arbetet som energi- och klimatrådgivare</b>	<b>33</b>
6.1	Fördelning av tid.....	33
6.2	Vanligaste frågorna.....	34
6.3	Informationsaktiviteter .....	36
6.4	Egen webbplats .....	36
<b>7</b>	<b>Energi- och klimatrådgivningens effekter</b>	<b>37</b>
7.1	Genomförda aktiviteter.....	38
<b>8</b>	<b>Energi- och klimatrådgivarnas synpunkter kring sin verksamhet</b>	<b>43</b>
<b>9</b>	<b>Utvärdering av arbete med det kommunala fastighetsbeståndet och transporter</b>	<b>47</b>
<b>10</b>	<b>Bakgrundsuppgifter</b>	<b>49</b>
10.1	Demografisk struktur .....	49
<b>11</b>	<b>Diskussion</b>	<b>55</b>
11.1	Resursanvändning.....	55
11.2	Central marknadsföring .....	56
11.3	Intranät för den kommunala energi- och klimatrådgivningen .....	56
11.4	Engagerade energi- och klimatrådgivare – goda ambassadörer .....	57
11.5	Undersökning av effekterna av arbetet.....	57
	<b>Bilaga 1: Årsrapport frågeformulär 2010</b>	<b>59</b>



# 1 Inledning

I samtliga svenska kommuner bedrivs det någon form av kommunal energi- och klimatrådgivning (EKR). Energimyndigheten lämnar ekonomiskt stöd enligt förordningen (1997:1322) om kommunal energi- och klimatrådgivning .

Energi- och klimatrådgivningens syfte är att främja en effektiv och miljöanpassad användning av energi och minska energianvändningens klimatpåverkan. Energi- och klimatrådgivningen ska förmedla lokalt och regionalt anpassad kunskap om energieffektivisering, energianvändning och klimatpåverkan samt om förutsättningar att förändra energianvändningen i lokaler och bostäder. Energi- och klimatrådgivningen omfattar även frågor om transporter av personer och gods.

Energi- och klimatrådgivningen ska organiseras så att opartiskhet och frihet från kommersiella intressen garanteras. Energi- och klimatrådgivningen riktar sig till hushåll, företag och organisationer.

Kommunerna som får det statliga bidraget är enligt ovan nämnda förordning skyldiga att årligen lämna en skriftlig redovisning av energi- och klimatrådgivningens verksamhet till Energimyndigheten. Denna årliga rapportering omfattar tre delar:

- **Aktivitetsrapport.** Aktivitetsrapporten skall senast den 30 november varje år skickas in till Energimyndigheten.
- **Verksamhetsplanering.** En av kommunen godkänd verksamhetsplan för energi- och klimatrådgivningen ska lämnas till Energimyndigheten senast den 31 januari varje år.
- **Ekonomisk redovisning.** Kommunerna ska senast den 31 januari lämna en ekonomisk redovisning av hur pengarna använts föregående år till Energimyndigheten.

Aktivitetsrapporterna och verksamhetsplanerna från samtliga kommuner sammanställs och redovisas varje år i var sin rapport.

Den här rapporten är sammanställningen av årsrapporteringen för år 2010. Rapporten är skriven av KanEnergi.

2009 års redovisning av aktivitetsrapporterna är sammanställd i rapporten ”År 2009 uppföljning av den kommunala energi- och klimatrådgivningen” (ER 2010:20).

Energimyndigheten anordnar även utbildningsinsatser för energi- och klimatrådgivare. Enligt förordningen (1997:1322) skall den som utför energi- och klimatrådgivning delta i de basutbildningar för energi- och klimatrådgivare som anordnas av Energimyndigheten. Dessutom stödjer Energimyndigheten de

kommunala energi- och klimatrådgivarna genom nyhetsbrev, årliga konferenser, produktion av tryckt material samt information via webbplatsen.

## 1.1 Tillvägagångssätt

Kommunerna redovisar sin verksamhet genom att besvara en webbenkät som Energimyndigheten skickade ut i november 2010. KanEnergi ansvarade för distributionen. Enkäten är något omarbetad från tidigare år och omfattade denna gång 107 frågor (inga underfrågor) varav 33 är öppna frågor, det vill säga inga svarsalternativ är angivna. Enkäten delades upp i tre delar, för att ge respondenten möjlighet att fylla i en del i taget. Frågorna skickades som bilagor i Word-format för att ge EKR möjlighet att förbereda svaren. Enkäten är uppbyggd kring följande huvudområden:

- Organisation
- Planering och överväganden
- Kontakter med Energimyndigheten
- Energimyndighetens aktiviteter för energi- och klimatrådgivarna
- Kontakter regionala energikontor
- Samarbeten
- Ditt dagliga arbete som energi- och klimatrådgivare
- Utvärdering och effekter
- Utbildningar
- Utvärdering av arbetet med det kommunala fastighetsbeståndet och transporter
- Bakgrundsuppgifter

Enkäten med samtliga frågor återfinns i bilaga 1.

Enkäten distribuerades till kommunerna av KanEnergi. Svarsfrekvensen var 100 procent, det vill säga samtliga av landets 290 kommuner har besvarat enkäten. Det statliga stödet betalas inte ut förrän kommunerna har lämnat sina redogörelser.

Enkätsvaren togs sedan om hand av KanEnergi för analys samt rapportskrivning.

I enkäten uppmanades energi- och klimatrådgivarna att avge ett svar för varje kommun, även om det var samma energi- och klimatrådgivare som svarat för verksamheten i flera kommuner, eller om flera energi- och klimatrådgivare delat på rådgivningen i en eller flera kommuner. Det innebär att det finns ett svar för varje kommun.



## **1.2 Disposition**

Rapporten inleds i kapitel två med en sammanfattning av resultaten. I de följande åtta avsnitten redovisas svaren från energi- och klimatrådgivarna. Till rapporten tillfogas samtliga enkätfrågor (bilaga 1) samt redovisning av samtliga öppna svar (bilaga 2). Bilaga 2 redovisas som en egen rapport. Kapitel 7 innehåller en sammanfattning av energi- och klimatrådgivningens aktiviteter, det vill säga vilka typer av aktiviteter som genomförts och vilka målgrupper energi- och klimatrådgivarna vänt sig mot. Redovisningen i kapitel 7 gäller för hela landet. I bilaga 3 finns en regionvis sammanställning av aktiviteter, samarbetspartners och målgrupper. Även bilaga 3 publiceras som en egen rapport.

Avslutningsvis återfinns en diskussion i kapitel 11.



## 2 Sammanfattning

De kommunala energi- och klimatrådgivarna redovisar varje år sin verksamhet till Energimyndigheten. Redovisningen beskriver hur verksamheten är organiserad och hur energi- och klimatrådgivarna planerar sin verksamhet. Av svaren framgår också hur de använder sin tid, vilka målgrupper och nätverk de har kontakt med, vilka aktiviteter de genomför samt hur de utvärderar sin verksamhet.

Uppföljningen av 2010 års kommunala energi- och klimatrådgivning skedde i form av en enkät som distribuerades till landets samtliga 290 kommuner av KanEnergi. Metoden för informationsinsamlingen var ett elektroniskt formulär. Svarefrekvensen blev 100 procent. I de kommuner där tjänsten som energi- och klimatrådgivare vid tillfället för enkäten var vakant, svarade vanligtvis närmaste chef.

Energi- och klimatrådgivarnas engagemang i sitt arbete framkommer tydligt i alla de spontana förslag, synpunkter och idéer som de ger.

Liksom tidigare år är det övergripande intrycket av de kommunala energi- och klimatrådgivarnas beskrivning av sin verksamhet klart positivt. Stödet från Energimyndigheten upplevs som stort och det informationsmaterial som myndigheten ger ut är mycket uppskattat. En stor del av energi- och klimatrådgivarna hänvisar sina kontakter till Energimyndighetens webbplats. Vidare tillskrivs stor vikt åt konferensen ”Kraftsamling” med motiveringen att den är ett bra forum för erfarenhetsutbyte, nätverkande, knyta nya kontakter, inhämta ny kunskap och få inspiration. Slutligen upplever energi- och klimatrådgivarna ett starkt stöd från de regionala energikontor som de samarbetar med.

Den vanligaste utförandemodellen för den kommunala energi- och klimatrådgivningen är egen regi-modellen, som används i 42 procent av kommunerna. Egen regi-modellen innebär att energi- och klimatrådgivaren har en anställning hos kommunen. Detta kan innebära hel- eller deltid eller att personen delar en tjänst med olika arbetsuppgifter, till exempel jobbar som bygginspektör halvtid och halvtid som energi- och klimatrådgivare. Samarbete mellan flera kommuner är också en vanlig modell (34 procent). Bland de kommuner som bedriver energi- och klimatrådgivning i egen regi har majoriteten, 75 procent, en tillsvidareanställd energi- och klimatrådgivare, medan 21 procent har en energi- och klimatrådgivare anställd på visstid. Vanligast är att energi- och klimatrådgivning bedrivs på deltid, 25-50 procent. Detta förhållande har varit dominerande även tidigare år. Var tredje energi- och klimatrådgivare (31 procent) arbetar 75 procent eller mer (andelen heltid år 2009 var 32 procent). Flertalet kommuner väljer alltså att inte avsätta egna medel till den kommunala energi- och klimatrådgivningen (55 procent avsätter mindre än 20 000 kronor).

År 2010 har 85 procent av kommunerna gjort aktiva, strategiska val för energi- och klimatrådgivningen. Med detta menas att man skrivit en verksamhetsplan, där

man planerar sina aktiviteter under året och vilka målgrupper man tänker vända sig till i respektive aktivitet. Telefonrådgivning är även 2010 den vanligaste aktiviteten, och allmänheten den vanligaste målgruppen. De vanligaste frågorna handlar om värmepumpar, allmänna energisparråd och energibidrag. Energi- och klimatrådgivningen marknadsförs på ett antal olika sätt i kommunerna, framför allt genom annonsering och den egna webbplatsen.

9 av 10 kommunala energi- och klimatrådgivare (89 procent) uppger att de känner stort stöd från Energimyndigheten. Hela 77 procent av energi- och klimatrådgivarna uppger att Energimyndighetens tryckta informationsmaterial är mycket viktigt för den egna verksamheten och 23 procent att det är ganska viktigt. Majoriteten önskar även att Energimyndigheten tar fram mer material inom olika områden.

Utöver stödet från och kontakterna med Energimyndigheten är samarbetet med de regionala energikontoren väsentligt. En övervägande majoritet, 86 procent, upplever att stödet från energikontoren är starkt. I övrigt kan nämnas att kontakterna mellan de kommunala energi- och klimatrådgivarna är vanligt förekommande och innefattar allt från nätverksträffar och utbildningar till organisering av gemensamma aktiviteter. Dessutom för majoriteten av energi- och klimatrådgivarna dialog med flera andra aktörer såväl inom kommunen som i olika externa nätverk.

Knappt hälften av kommunerna (142 stycken) har fått beviljat 30 000 kronor för att arbeta med kommunens egna fastigheter och transporter. Av dessa har 70 procent genomfört utbildning för kommunens personal. Knappt hälften av kommunerna som beviljats bidrag, 49 procent, anser att bidraget motiverade kommunen att i större utsträckning arbeta med sina transporter. En betydligt större andel, 76 procent, anser att bidraget motiverade kommunen att i större utsträckning arbeta med det kommunala fastighetsbeståndet. Drygt hälften, 54 procent, anser att bidraget var tillräckligt för att genomföra meningsfulla åtgärder och aktiviteter.

Det som framför allt hindrar en fortsatt positiv utveckling enligt energi- och klimatrådgivarna själva är bristen på tid, det vill säga indirekt en brist på resurser. Det upplevs också som en utmaning att synas och nå ut till sina målgrupper. Flera anser att deltidstjänster skapar en splittrad arbetssituation.

### 3 Organisation

I detta avsnitt redovisas hur kommunerna valt att organisera energi- och klimatråd-givningen. Vi redovisar även anställningsformen för energi- och klimatråd-givarna samt hur mycket tid de ägnar åt rådgivningen.

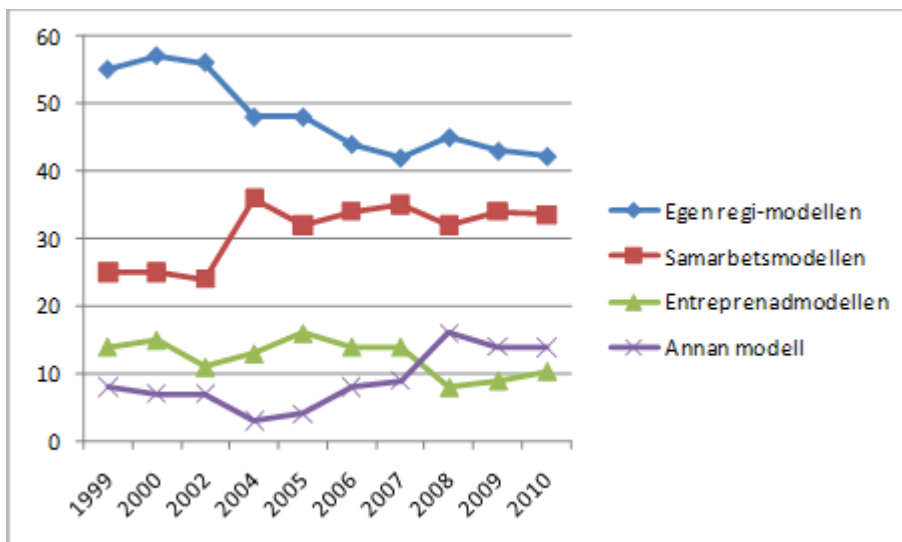
Energi- och klimatråd-givningen organiseras i flertalet (42 procent) kommuner i egen regi. Egen regi-modellen innebär att energi- och klimatråd-givaren har en anställning hos kommunen. Detta kan innebära hel- eller deltid eller att personen delar en tjänst med olika arbetsuppgifter, till exempel jobbar som bygginspektör halvtid och halvtid som energi- och klimatråd-givare. Trenden sedan år 2000 är dock att egen regi-modellen minskar bland kommunerna.

En av tre (34 procent) kommuner har gått samman och tillhandahåller energi- och klimatråd-givningen enligt samarbetsmodellen.

Ytterligare en modell är den så kallade entreprenadmodellen. Där träffar kommunen ett avtal med ett konsultföretag/energiföretag om att överlåta energi- och klimatråd-givningen på denna part. 1 av 10 (10 procent) kommuner har valt denna modell för att organisera sin energi- och klimatråd-givning.

14 procent av kommunerna organiserar sin energi- och klimatråd-givning på något annat sätt än de givna modellerna. Det vanligaste upplägget som nämns i annat-kategorin är någon form av kombination mellan de andra modellerna, alternativt att energi- och klimatråd-givningen sköts av det regionala energikontoret. I några fall har tjänsten varit vakant under delar av 2010, kommunen har då lånat in tjänsten av grannkommuner eller tagit stöd av det regionala energikontoret.

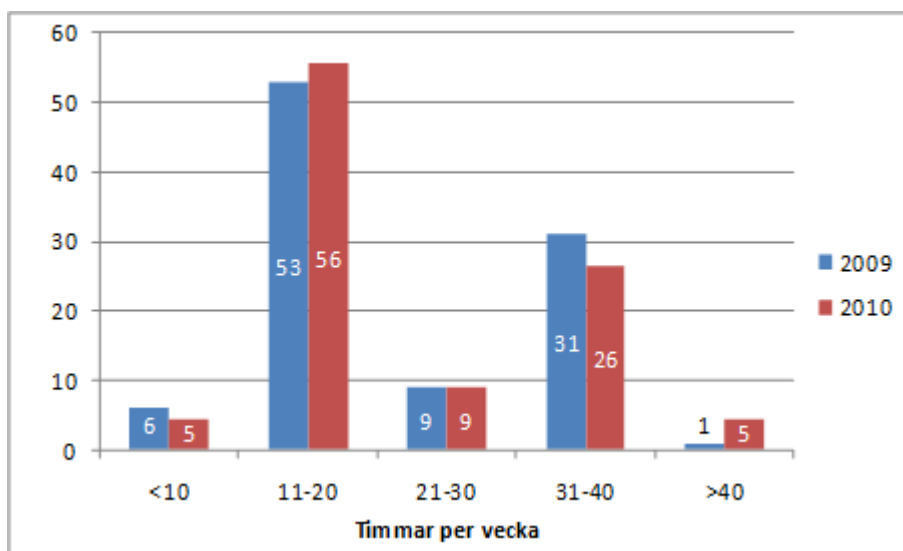
**Figur 1 Utförandemodeller för kommunal energi- och klimatråd-givning 1999-2010 (procent)**



Vanligast är att energi- och klimatråd-givning bedrivs på deltid, 25-50 procent. Detta förhållande har varit dominerande även tidigare år. Var tredje energi- och

klimatrådgivare (31 procent) arbetar 75 procent eller mer (andelen heltid år 2009 var 32 procent). Man bör dock ha i åtanke att många energi- och klimatrådgivare fördelar sin tid mellan flera kommuner. Antalet som ägnar sig åt energi- och klimatrådgivningen på heltid kan därför vara högre än vad frågans resultat tyder på.

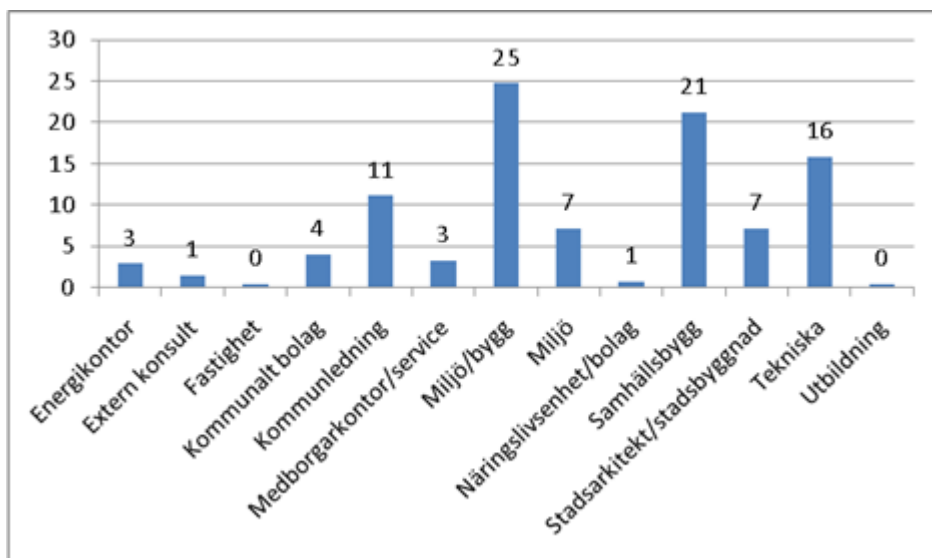
**Figur 2 Antal timmar per vecka med kommunal energi- och klimatrådgivning**



Den kommunala energi- och klimatrådgivaren är tillsvidareanställd i 75 procent av de kommuner som bedriver energi- och klimatrådgivningen i egen regi. Motsvarande andel 2009 var 82 procent.

Energi- och klimatrådgivarna ombads även att uppge var i den kommunala organisationen de finns placerade. Vanligast är att energi- och klimatrådgivningen är placerad inom motsvarande Miljö/byggkontoret, följt av Samhällsbyggnadskontoret och Tekniska kontoret. I många kommuner har det skett en omorganisation, där motsvarande förvaltningar för miljötillsyn, bygglovs- hantering, stadsarkitekt och tekniska förvaltning har slagits ihop till en samhällsbyggnadsförvaltning. I vissa fall har tillsynen renodlats och strategiska funktioner som energi- och klimatrådgivartjänsten flyttats därifrån till samhällsbyggnad eller (tillsammans med en miljöstrategisk funktion) lyfts upp till kommunledningen.

Figur 3 Var i den kommunala organisationen energi- och klimatrådgivningen är placerad







## 4 Planering och överväganden

En av förutsättningarna för en framgångsrik energi- och klimatrådgivning är att verksamheten sker utifrån strategiska val enligt en fastställd verksamhetsplan. Andra förutsättningar är att verksamheten stötts av olika marknadsföringsaktiviteter och att särskilda medel finns avsatta för detta ändamål. Vi följer i detta avsnitt upp hur kommunerna har agerat när det gäller planering och resurser för sin energi- och klimatrådgivning samt hur energi- och klimatrådgivningen har marknadsförts inom den egna kommunen.

### 4.1 Aktiviteter och marknadsföring

På frågan om det gjorts aktiva, strategiska val för energi- och klimatrådgivningen svarar över 85 procent av kommunerna att de har gjort sådana. Detta är en något högre andel än 2009. I svaren förklaras att valen kan handla om en satsning på vissa målgrupper, val av aktiviteter, teman eller prioritering av viss informationskanal.

De som svarat att de gjort aktiva, strategiska val uppmanas att svara på om verksamhetsplanen under året följts, och om inte, vilka förändringar som gjorts. Svaren visar att verksamhetsplanerna följs i majoriteten av kommunerna, men ofta med mindre avvikelser i form av ett fåtal tillkommande eller uteblivna aktiviteter. Avvikelser från verksamhetsplanen beror främst på att något oförutsett dykt upp som man bestämt sig för att jobba vidare med, men även på personalomsättning eller organisatoriska förändringar. Samtliga öppna svar redovisas i bilaga 2

*”Ja. Det är dock viktigt att 30 % av tiden inte är inplanerad då det kommer nya uppdrag och trender som det ska finnas möjlighet att delta i.”*

*”Ja allt som vi hade planerat har blivit av. Utöver vår planering så har vi medverkat i ett flertal uppdrag som vi blir tillfrågade om löpande under året. Sämt som vi inte vetat om innan.”*

*”I stort sett ja. Jag har under alla år, även 2010, valt industri som prioriterat område i verksamhetsplanen och mitt arbete med dessa har varit framgångsrikt. Resultatet av att arbeta med industri låter ofta vänta på sig men i år har ett nytt biobränsleeldat värmeverk som levererar ånga till industrier i kommunen driftsatts vilket minskar inkopplade industriers fossiloljeanvändning med ca 2 200 (två tusen tvåhundra) m<sup>3</sup> per år. Idén är i grunden min och jag ser det som en stor framgång för mig personligen och energirådgivningen i vår lilla kommun med knappt 11 000 invånare.”*

*”Nej. Evenemang och projekt har tagit mer tid än beräknat på bekostnad av tid för energi- och klimatrådgivning i bygglovsärenden.”*

*”Den ändringen som gjorts är att vi prioriterade om och satsade mer på företagsprojektet och väntar med BRF-projektet.”*

*”Betydligt fler utåtriktade aktiviteter, föreläsningar och mässor än vad vi kände till när vi skrev verksamhetsplanen. Även ett antal företagsbesök i samband med miljösamverkan vilket vi inte kände till när plan skrevs.”*

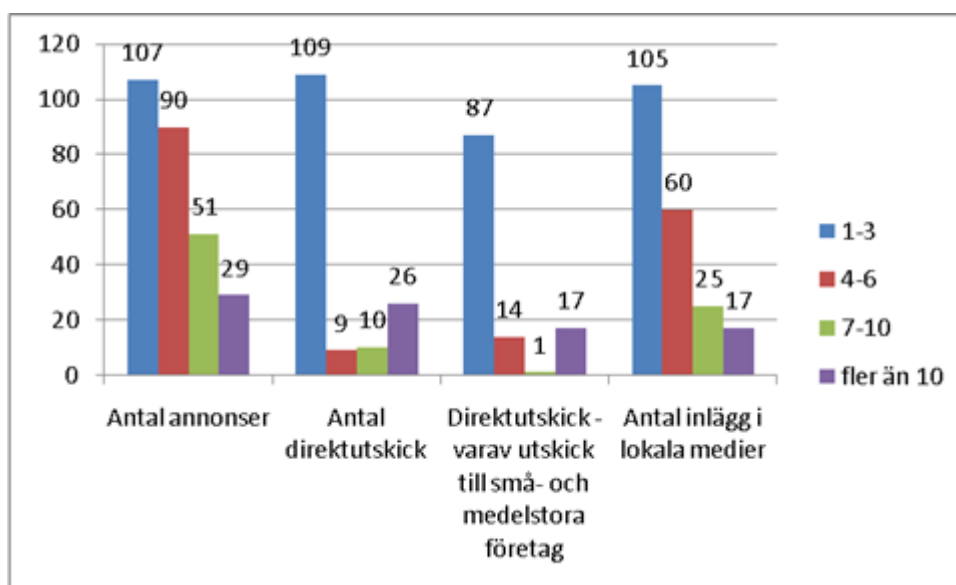
Kommunerna får även besvara en fråga om hur de har rent praktiskt marknadsfört energi- och klimatrådningen. De tre vanligaste formerna är – liksom 2008 och 2009 – annonsering, den egna webbplatsen samt inlägg i lokala medier.

Kommunerna ombads även att uppskatta antalet marknadsföringsaktiviteter inom respektive kategori. När det gäller antalet annonser är det vanligast (37 procent) att ha haft 1-3 stycken. En av tio kommuner har annonserat 10 gånger eller mer under 2010, vilket är en minskning från 2009 då nästan en femtedel annonserade fler än 10 gånger.

Att marknadsföra verksamheten genom direktutskick är inte lika vanligt. Närmare hälften av kommunerna, 41 procent, har inte gjort ett enda direktutskick under 2010. Bland kommunerna som gjort direktutskick har 39 procent gjort 1-3 utskick. Av de kommuner som gjort direktutskick har 43 procent gjort utskick till små och medelstora företag.

En majoritet, 37 procent, av dem som gjort inlägg i lokala medier har gjort mellan 1 och 3 sådana. 23 procent av kommunerna har angett att de inte marknadsfört energi- och klimatrådningen alls via inlägg i lokala medier under 2010.

**Figur 4 Antal marknadsföringsinsatser inom respektive kanal.**



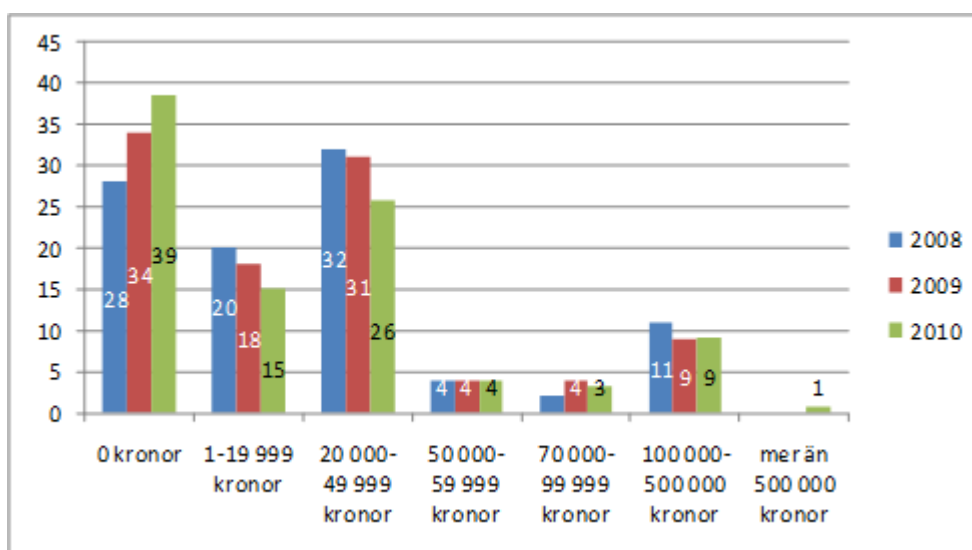
## 4.2 Ekonomiska ramar

Förutom det ekonomiska bidraget från Energimyndigheten, lägger kommunerna i varierande utsträckning egna medel till den kommunala energi- och klimatråd-

givningen. Generellt kan sägas att utvecklingen sedan 2008 är negativ – allt färre kommuner avsätter egna medel till energi- och klimatrådgivningen. Detta beror sannolikt på att 2009 och 2010 var ekonomiskt och konjunkturellt tunga år för hela ekonomin.

Andelen kommuner som inte satsar några egna medel har ökat från 28 (2008), 34 (2009) till 39 procent. Bland kommunerna avsätter 15 procent under 20 000 kronor till energi- och klimatrådgivningen och en dryg fjärdedel (26 procent) mellan 20 000 och 50 000 kronor. En marginellt negativ utveckling kan konstateras avseende antalet kommuner som satsar lite större belopp (över 50 000 kronor). År 2010 är de 48 stycken, jämfört med 49 år 2009.

**Figur 5 Egna avsatta medel (procent)**



*Observera att 2008 och 2009 var sista intervallet "över 100 000"*



## 5 Kontakter med olika aktörer

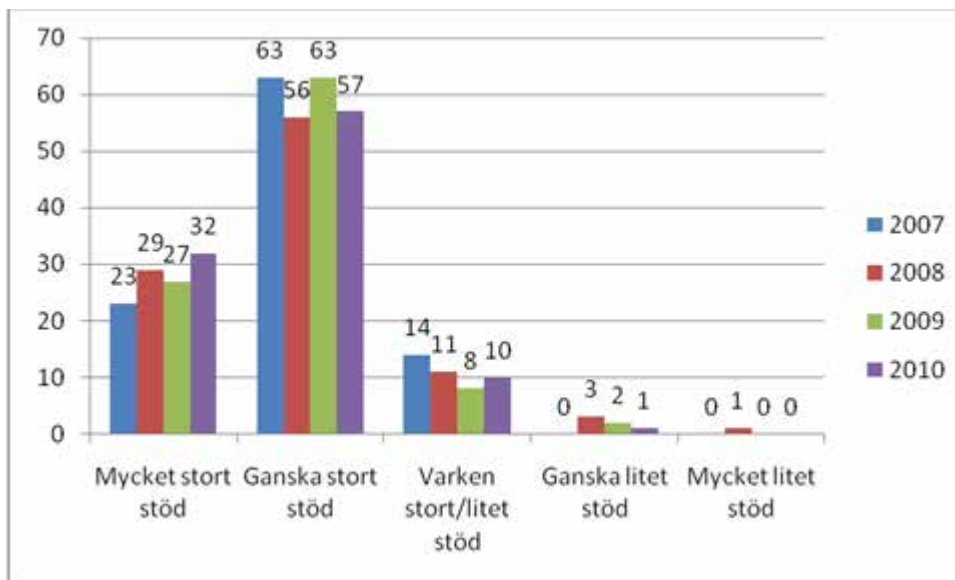
Den kommunala energi- och klimatrådgivningen samverkar med en rad olika aktörer. Vanligast är samverkan med den egna organisationen, andra kommunala energi- och klimatrådgivare, regionala energikontor och Energimyndigheten. Energi- och klimatrådgivarna har även kontakt och samarbete med lokala företag, organisationer och olika typer av nätverk. Energi- och klimatrådgivarnas uppfattning om dessa relationer presenteras i detta avsnitt.

### 5.1 Kontakter med Energimyndigheten

Hela nio av tio kommuner upplever att de får ett ganska eller mycket stort stöd från Energimyndigheten avseende energi- och klimatrådgivningen. Figur 6 nedan illustrerar hur utvecklingen sett ut i frågan de senaste åren. Skillnaderna mellan dessa mätningar är små.

Liksom förra året upplever ingen av kommunerna att stödet från Energimyndigheten är mycket litet. Antalet kommuner som anser att stödet är ganska litet har halverats jämfört med förra året och minskat från sex kommuner år 2009 till enbart tre år 2010. Skälen till denna förändring framgår inte ur materialet.

Figur 6 Stöd från Energimyndigheten (procent)



Energi- och klimatrådgivarna gavs även utrymme att uppge hur Energimyndigheten ännu bättre kan stödja dem i deras arbete som energi- och klimatrådgivare.

Förslagen handlar sällan om mer stöd och resurser. De huvudsakliga förbättringsområdena är marknadsföring och gemensam dialog, införa en start för det

planerade intranät för energi- och klimatrådgivare, samt mer utbildning och utökad stöd i form av informations-/undervisningsmaterial och tester. Många energi- och klimatrådgivare efterlyser även en större tillgänglighet hos Energimyndighetens handläggare. Tydligt är också att många energi- och klimatrådgivare är nöjda med det befintliga stödet från myndigheten.

*”Mer tester på värmepumpar och pelletssystem önskas. Även luftsolfångare och information om kombinationen solfångare-värmepumpar som marknadsförs kraftigt idag. Gärna enkla jämförelser ur klimatsynpunkt mellan olika sätt att värma sitt hus tex värmepumpar och biobränslen. Lathundar och annat stödmaterial för uppföljning och utvärdering av projekt vore också bra att ha. Den utvärdering av energi- och klimatrådgivningen som genomfördes 2009 har ännu inte presenterats för oss rådgivare. Den väntar vi på.”*

*”Något ni skulle kunna stödja oss med är ett förenklat system för att rapportera in vår verksamhets aktivitetsrapport. Efter lång väntan så tycker jag det verkligen är tid att starta upp det Intranät för oss energi- och klimatrådgivare i landet som ni planerat en längre tid. Vilket jag hört är på gång. Intranätet skulle kunna användas till att föra statistik kopplat till rådgivningen och aktiviteter för att underlätta årsrapporten.”*

*”En bättre webbplats för allmänheten skulle underlätta mycket. T.ex är presentationen av det tester myndigheten gör ej användarvänliga.”*

*”Genom direktsamtal. Energimyndigheten bör mer undersöka de lokala förhållanden som råder på respektive rådgivares geografiska område. Om man vill genomföra projekt bör man inhämta rådgivarnas synpunkter för att forma aktiviteter m.m. Vi skulle exempelvis kunna föra ut mer nyheter om olika tester från testlab. Det skulle också vara intressant att ta del av myndighetens budgetfrågor samt att diskutera och förbättra resurser och metoder inom energirådgivningen.”*

*”Energimyndigheten kan vara tydligare mot kommunen hur mycket som ingår i EKR:s arbete, nytt är ju exempelvis transporter. Det har blivit mer arbetsuppgifter utan ökade medel.”*

*”Jag tycker att de gör ett mycket bra jobb i att stötta oss energi- och klimatrådgivare redan idag och kommer inte på något som de skulle kunna förbättra!”*

Samtliga öppna svar redovisas i bilaga 2.

### **5.1.1 Energimyndighetens informationsmaterial**

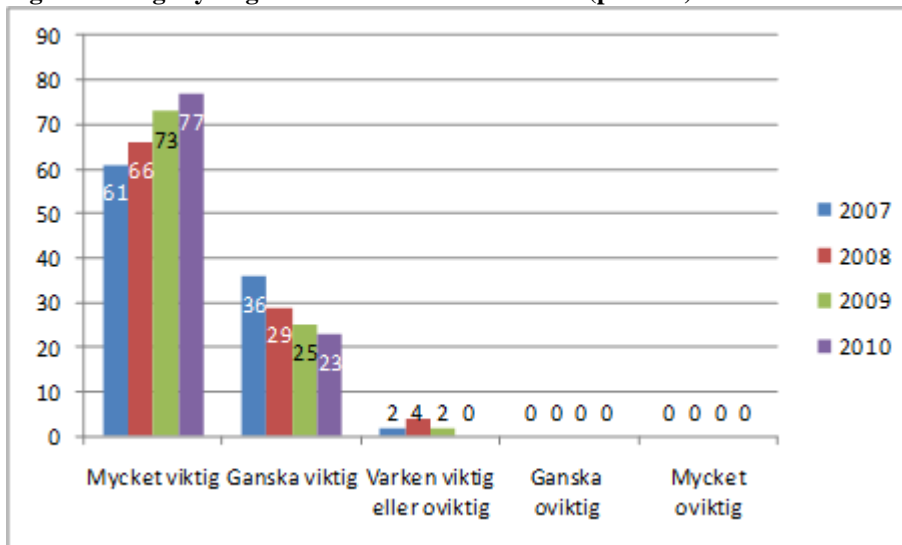
Energimyndigheten tar fortlöpande fram olika former av informationsmaterial som ska underlätta energi- och klimatrådgivarnas kontakter och verksamhet. Det

är tydligt i alla tidigare undersökningar – samt även i årets – att detta är mycket uppskattat och viktigt.

År 2010 uppger 77 procent att Energimyndighetens informationsmaterial är mycket viktigt för deras arbete som energi- och klimatrådgivare. Detta motsvarar en marginell ökning från 2009 års 73 procent.

Resterande 23 procent upplever att materialet är ganska viktigt. De senaste fyra åren är trenden tydlig – materialet uppfattas av allt fler som *mycket* viktigt.

**Figur 7 Energimyndighetens informationsmaterial (procent)**



Samtidigt som Energimyndighetens informationsmaterial är uppskattat, är också framtagandet av mer informationsmaterial i form av trycksaker och broschyrer ett av de vanligaste förbättringsförslagen på hur stödet kan bli ännu bättre från Energimyndigheten. Önskemålen är många och omfattande. Vissa är förhållandevis detaljerade, medan de flesta handlar om teman eller områden. Det relativt nya ansvarsområdet transporter nämns ofta, liksom belysning, ventilation och värme. Några efterlyser även material för att underlätta uppföljning och rapportering av verksamheten. Urval av exempel;

*”Info att ta med vid företagsbesök. Tester på luft/luftvärmepumpar är otroligt efterfrågade av allmänheten! Rapporteringsstöd för bla inkommande samtal/genomförda arrangemang/verksamhetsplanering osv osv som synkas med denna återrapportering.”*

*”Jag önskar mer och väl genomarbetad informationsmaterial som vänder sig till barn och ungdomar i skolåldern. Jag efterfrågar informationsmaterial till allmänheten och företag som berör hållbara transporter och hållbart resande som kommer centralt från Energimyndigheten. Som det ser ut nu så får jag skrapa ihop ett gäng info. mtrl från trafikverket, cykelorganisationer, miljöbilorganisationer m.m. om jag vill fokusera på hållbart resande vid olika aktiviteter.”*

*”Energianvändning i jultider, riktat till hushållen. Hur man kan använda LED för att minska energianvändningen i hemmen. Alla former av goda exempel, det säljer in budskap så bra.”*

*”Jag ser fram emot ventilationsbroschyren som Hållbar utveckling Väst arbetar med. Jag skulle gärna se att det finns en bildbank där vi äger rättigheterna till bilderna. Det skulle kunna vara alltifrån cyklar till fabriker. Sådant som kan användas i marknadsföring. Till trafikantveckan fick jag använda bilder från Trapo-utställningen vilket var suveränt. Det hade varit bra att spara alla dessa bilder på ett ställe dit vi har tillgång på nätet.”*

*”- Riskkonstruktioner*

*- Lathund på omvandlingstabeller av olika energislags innehåll  
- Enkla överslagsberäkningar vid olika förändringar i klimatskal mm. Ex. om jag byter 2-glas fönster till -glas fönster vad ger det för besparing. Eller om jag tilläggsisolerar 10 cm på befintlig vägg som är 15 cm idag, vad ger det i energi/kostnadsbesparing?? Det räcker med schablonberäkningar.”*

*”Lättsammare broschyrer med roliga fakta ”Tänk om...” och ”Visste du att...”. Sådant som ger en tankeställare om mer mjuka bitarna. Efterfrågar alltid uppdaterat material så att man kan vara säker på att informationen man delar ut inte är inaktuell.”*

*”Det enda jag saknar är en bra beskrivning på ventilation. I övrigt så hänvisar jag alltid till befintligt material hos er när jag föreläser.”*

Samtliga öppna svar redovisas i bilaga 2.

### **5.1.2 Energimyndighetens webbplats**

En av kontaktvägarna för energi- och klimatrådgivarna är Energimyndighetens webbplats. I 2010 års utvärdering av den kommunala energi- och klimatrådgivningen ställdes frågorna om energi- och klimatrådgivarna saknar någon information på webbplatsen samt hur ofta de hänvisar till den. Energi- och klimatrådgivarna ombads även att komma med förslag på hur webbplatsen kan förbättras.

Gällande frågan om man saknade någon information på myndighetens webbplats svarade drygt hälften (56 procent) att de inte saknade någon information. 23 procent svarade att de saknade information. Resterande 20 procent valde att inte ta ställning i frågan. Bland de kommuner som valt att inte ta ställning har majoriteten endast jobbat en kortare tid, eller så har någon annan än energi- och klimatrådgivaren ansvarat för att svara på frågan.

Energi- och klimatrådgivarna har gott om förslag på hur myndigheten kan förbättra sin webbplats. Förbättring av Energikalkylen, mer info om transporter, fler tester och goda exempel föreslås. Ett flertal energi- och klimatrådgivare upplever att webbplatsen är svåröverskådlig och att det är svårt att hitta på sidan.



Flera hänvisar till idéer som togs upp i samband med "Kraftsamling". Som nämnts tidigare i texten efterfrågar många ett intranät, det vill säga en egen webbplats för de kommunala energi- och klimatrådgivarna. Några exempel:

*"Jag tycker den är bra, men många av dem som jag hänvisar till webbplatsen brukar säga att den känns rörig samt svår att navigera i. Kanske kan tydliggöras?"*

*"En sida där alla broschyrer är samlade!"*

*"Lägg upp "Youtube-klipp" med reportage om t.ex. energispartips, tips- och råd om pelletskaminer, luftluftvärmepumpar, vedhantering, lågenergilampor m.m. Det finns mycket att göra korta, informativa inslag om!"*

*"Twitter och faceboka om nyheter på webbplatsen. Bättre sökfunktion."*

*"Känner väl lite ibland när jag hänvisar till sidan att förstasidan inte är så "tilltalande". Man måste göra ett aktivt val för att komma till Hushåll alt Företag för att sidan ska bli mer "anpassad". Samtidigt är det ju bra information för oss andra med pressmeddelandena och utlysningarna. Men kanske att det snarare ska vara ett aktivt val för alla som besöker hemsidan, via några trevliga bilder eller så som representerar de olika målgrupperna Hushåll, Företag, "Energiaktörer"/motsv – istället för pressmeddelanden/utlysningar (i övrigt kanske oförändrad för snabbt kunna klicka sig vidare om man vet vart man ska). Och är man "energiaktör" eller vad man kan kalla det så kan man ändå välja om man är EKR, Uthållig kommun eller vad man vill."*

*"Bättre sökfunktioner. Även bland trycksakerna. Information om ved, transport och el, marginalet och miljö-el. Information om global och nationell tillgång på energi, t.ex. olja. Goda Exempel-samling."*

*"Jag skulle gärna se fler goda exempel, dels exempel på företag som har genomgått energieffektiviseringar kanske kopplade till energikartläggningscheckarna. Jag ser gärna exempel även från privata hushåll där man gjort lyckade investeringar och besparingar. Installationer av solfångare är av särskilt intresse."*

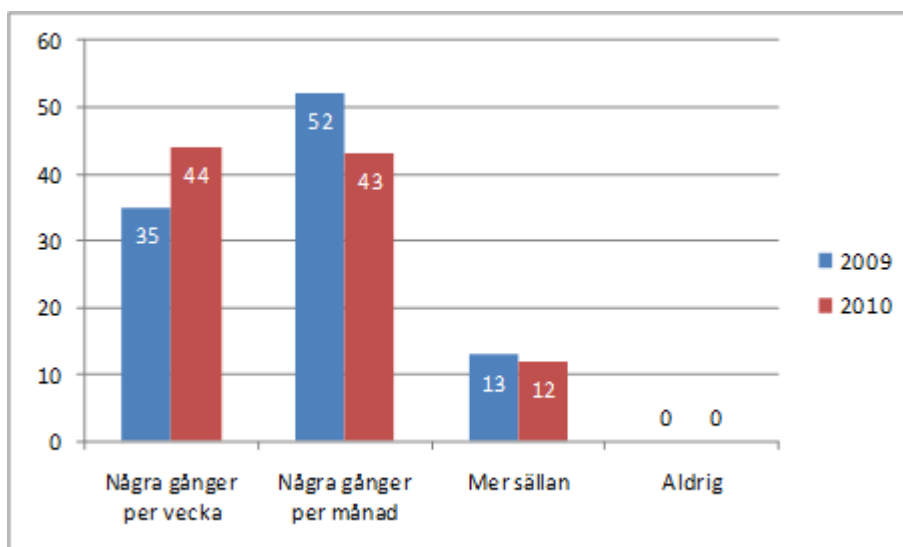
*"www.energiradgivningen.se är en förvirrande sida för allmänheten utanför Sthlm:s regionen. Jag vill att EM:s sida ska vara förstaträff på Google och inte Sthlm regionens gemensamma sida. Google är det man använder sig av när man vill hitta något nuförtiden och man väljer alltid förstaträffen."*

*"Tycker att ni hela tiden förbättrar utvecklar och lägger till intressant material på er hemsida. Bra jobbat - fortsatt så!"*

Samtliga öppna svar redovisas i bilaga 2.

Närmare hälften av energi- och klimatrådgivarna, 44 procent, uppger att de hänvisar till Energimyndighetens webbplats några gånger per vecka. År 2009 var siffran 35 procent. Ökningen kan ses som ett bevis på att det arbete som Energimyndigheten lägger på att förbättra webbplatsen ger resultat. Det kan också tolkas som ett tecken i tiden då internet har blivit allt vanligare för att söka information som tidigare fanns på andra ställen. Knappt hälften av energi- och klimatrådgivarna, 43 procent, uppger att de hänvisar till webbplatsen några gånger per månad. Resultatet visar även att inte en enda uppger att man aldrig hänvisar till webbplatsen.

**Figur 8 Hur ofta hänvisar du till Energimyndighetens webbplats? (procent)**

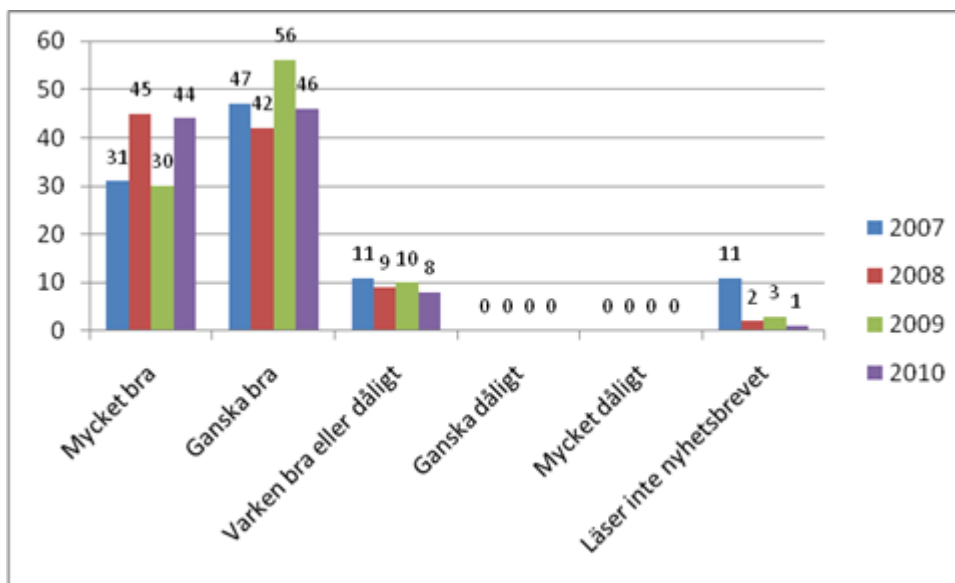


### 5.1.3 Energimyndighetens

Sedan 2007 skickar Energimyndigheten även ut ett elektroniskt nyhetsbrev till de kommunala energi- och klimatrådgivarna för att informera om nyheter. Nyhetsbrevet är fortfarande mycket uppskattat av mottagarna. Hela 86 procent uppger att de läser varje nyhetsbrev, varav 44 procent läser varje notis. Inte en enda respondent har uppgett att man aldrig läser nyhetsbrevet.

År 2010 tycker 90 procent att myndighetens elektroniska nyhetsbrev som informationskälla fungerar mycket eller ganska bra, detta är en marginell ökning jämfört med 2009 (86 procent).

Figur 9 Omdöme om Energimyndighetens elektroniska nyhetsbrev (procent)



Även avseende nyhetsbrevet inbjöds energi- och klimatrådgivarna att lämna förbättringsförslag. Generellt kan sägas att många verkar nöjda med nyhetsbrevet som det är, men ser gärna att nyhetsbrevet innehåller mer information om sådant som är på gång inom bl.a. bidrag, regler och ny teknik, så att man kan ligga ”steget före” kommuninvånarna. Bland de förslag som nämns dominerar efterfrågan på fler goda exempel, gärna lokala. Flera efterfrågar även mer information om de aktiviteter och projekt som äger rum på de olika energikontoren. Några exempel på förslag:

*”Aktuell information om energi- och klimatfrågor i samhället. Försök få med mer info om goda exempel, t ex företag och bostadsrättsföreningar som gjort energibesparingar. Sprid information om lyckade projekt på olika energikontor. Mer fokus på utvärdering av verksamheten.”*

*”Samma som idag, men: Kanske även lite mer info vad som händer i ”omvärlden” som kan beröra oss EKR inom vårt arbetsområde. T.ex. när elbilsupphandlingen startade, möjligheten att kombinera konverteringsstödet från direktverkande el och ROT-avdraget etc. Och sedan också information om material som är på gång från Energimyndighetens/Energikontorens sida. Även om det kanske dröjer ett halvår eller längre innan vi får materialet är det bra att veta att ”snart kommer det en broschyr om att köpa bil” eller ”Energimyndigheten håller på att ta fram visningsmaterial för belysning” eller ”myndigheten för diskussioner om hur man ska räkna CO2-utsläpp från el”. Dels för att veta att det ”händer något”, dels så man inte behöver göra likande insats/inköp själv, och dels för att kunna planera aktiviteter/information så att det blir ”release-party” eller i alla fall efter att materialet har kommit till oss.”*

*”Är rätt bra. Skulle vara intressant om det fanns inslag från enskilda energirådgivare, t ex krönikor eller tips.”*

*”Mer information om eventuella förändringar när det gäller såväl energi-  
bidrag som skatter inom energiområdet. Snabbare och tydligare  
information om stödet till den kommunala energi- och klimatrådgivningen;  
när förlängning sker, när ansökan och redovisningar skall vara inne etc.”*

*”A. Info om stöd och bidragsformer.*

*B. Info om ny energismart teknik.*

*C. Energimyndighetens åsikt, kommentarer, länkar till tillgänglig info m.m.  
om aktuella frågor när det blir debatt i media.”*

*”Ibland kanske ett extra nyhetsbrev skulle behövas när det händer mycket  
med bidrag, pressreleaser, tester mm.”*

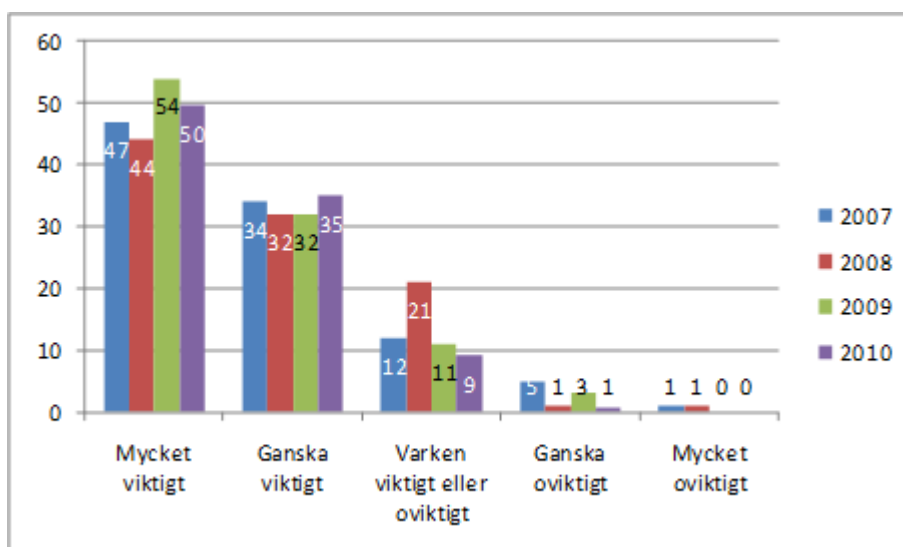
Samtliga öppna svar redovisas i bilaga 2.

#### 5.1.4 Konferensen ”Kraftsamling”

Kraftsamling är en årlig konferens som Energimyndigheten bjuder in till. Den riktar sig till landets kommunala energi- och klimatrådgivare samt till de regionala energikontoren. Syftet med konferensen är framför allt att vara en mötesplats där man kan prata med varandra och föra en dialog om arbetssätt, mål och erfarenheter.

När energi- och klimatrådgivarna får svara på frågan hur viktig konferensen Kraftsamling är för deras arbete, är det tydligt att evenemanget värderas högt. År 2010 anser närmare nio av tio energi- och klimatrådgivare (85 procent) att konferensen är mycket eller ganska viktig. Diagrammet nedan visar resultatet på denna fråga sedan 2007.

**Figur 10 Konferensen ”Kraftsamling” (procent)**



Nästan nio av tio energi- och klimatrådgivare har valt att med egna ord beskriva varför konferensen "Kraftsamling" är viktig för deras arbete. Den dominerande motiveringen är nätverkandet; möjligheten att få träffa sina motsvarigheter i andra kommuner, utbyta erfarenheter, inspireras och få en känsla av vad som är "på gång" på Energimyndigheten. Att få ett ansikte på medarbetarna på Energimyndigheten och knyta kontakt med dessa upplevs också som viktigt. Att träffa sina "kollegor" är viktigt i ett arbete som av många stundtals upplevs som ensamt.

*"Det är BRA att träffa "likasinnade" och utbyta erfarenheter om det finns tid, men det är viktigare med erfarenhetsutbyte inom Energikontorens intresseområde, eftersom man har fler gemensamma beröringspunkter eftersom Norrland har INTE samma förutsättningar som södra Sverige. Det skulle många gånger vara av vikt för handläggare om från Energimyndigheten besöker våra Nätverksträffar för att se hur det fungerar inom de olika distrikten, det skulle kanske även bli billigare och ge mer."*

*"Viktigt för vi-känslan, annars mycket ensamarbete. Direktkontakt med myndigheten, kan framföra synpunkter. Knyta kontakter, bygga nätverk."*

*"Kraftsamling är en värdefull träffpunkt för att hålla uppe kontakten med kollegor. För oss rådgivare som varit med ett tag känns det dock tyvärr som att vi ofta diskuterar samma saker varje år. Min förhoppning är att fler synpunkter som tas upp under kraftsamling tas om hand och bearbetas för att skapa en bättre energi- och klimatrådgivning."*

*"Skulle kunna vara ett forum för att framföra åsikter och information till myndigheten, men det fanns inte något formaliserat utrymme för det."*

*"Den är vår årliga "firmafest" där vi får känna att vi är en liten men viktig kugge i vårt nationella arbete med energi- och klimatfrågor."*

*"Kraftsamlingen är bra för de som inte har jobbat så länge. För de som varit med länge är det på gränsen till plågsamt."*

*"Det positiva med Kraftsamlingen är ju att träffas, möta andra med samma arbetsuppgifter. Också kontakterna med Energimyndighetens handläggare är värdefulla. Också de presentationer som görs utanför själva möteslokalen, miniutställningar, är av stort värde."*

*"Jag känner mig för två dagar lite mindre ensam i min roll som energi- och klimatrådgivare ute i småkommuner. Det ger mig självfallet energi och självförtroendet att det jag gör har verkligen betydelse. På konferensen får jag som rådgivare träffa likasinnade och jag får chansen att utbyta erfarenhet. Det blir även två roliga dagar med kreativ input och chansen att få idéer från alla goda exempel vilket jag senare kan ta med mig ut till min verksamhet i kommunerna."*

Samtliga öppna svar redovisas i bilaga 2.

## 5.2 Kontakter med regionala energikontor

I princip samtliga kommunala energi- och klimatrådgivare har kontakt med något regionalt energikontor. Kontakterna består framförallt av nätverksträffar, korrespondens per e-post eller telefonsamtal, samt även deltagande i utbildningar. Samma sak visade förra årets undersökning. Dessutom har 178 kommuner varit med och arrangerat aktiviteter tillsammans med sitt energikontor. Deltagandet i de regionala energikontorens utbildningar har ökat något jämfört med 2009, från 71 till 83 procent.

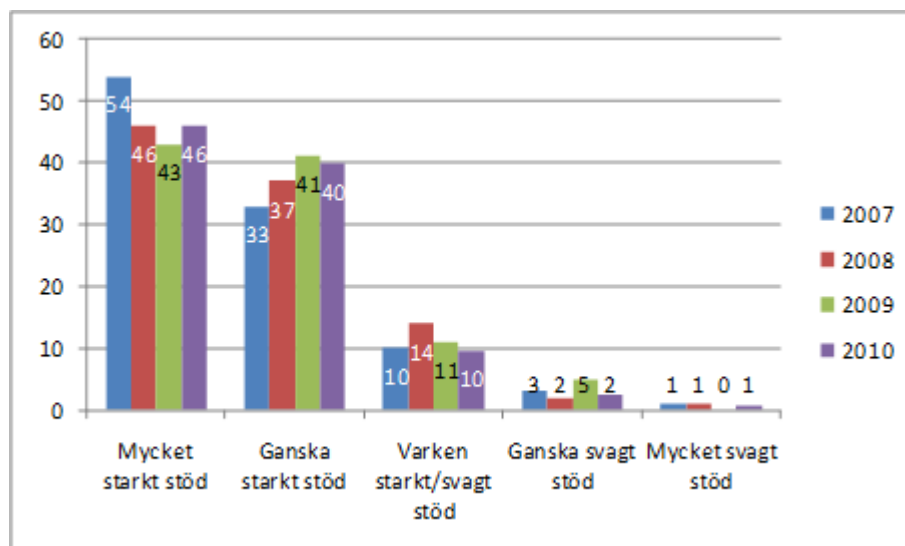
**Tabell 1 Typ av kontakt med regionalt energikontor**

	Antal	Procent
Deltagit i nätverksträffar eller liknande	283	98
E-post eller telefonkontakter	275	95
Deltagit i utbildningar	240	83
Varit med och arrangerat aktiviteter tillsammans med det regionala energikontoret	178	61
Annat	73	25

*Det är vanligt att kommunerna har flera former av kontakter med energikontoren. Det totala antalet kontakter blir därför mer än 100 procent.*

Det stora flertalet känner att de har ett starkt stöd från de regionala energikontoren – nästan nio av tio energi- och klimatrådgivare (86 procent) tycker att stödet från det regionala energikontoret är mycket eller ganska starkt. På frågan om hur bra samarbetet med det regionala energikontoret fungerar svarar 91 procent att det fungerar mycket eller ganska bra.

**Figur 11 Stöd från regionala energikontoret (procent)**



Även om energi- och klimatrådgivarna upplever ett starkt stöd från de regionala energikontoren, kommer de med många förslag på hur stödet kan bli ännu bättre.

Det handlar bland annat om samordning av regionala informations- och marknadsföringsaktiviteter, gemensamma nätverksträffar, erbjuda utbildningar och agera ”bollplank”.

*”Dom är närmast, känns naturligt att ha kontakt.”*

*”Samordning, nätverkande, fånga upp frågeställningar, ordna behovsanpassade utbildningar, studiebesök, ta fram gemensamt material där energimyndigheten inte räcker till. Marknadsföring.”*

*”Att finnas där mera, just nu känns det bara som om dom finns till för nätverksträffarna 4ggr/år, förutom vår samordnare som alltid ställer upp och ger råd. Men kontoret känns mest som om dom håller på med andra projekt och inte som min viktigaste kontakt, pratar mer med energimyndigheten.”*

*”Som ny rådgivare uppskattar jag mycket att jag kan ”hyra” en erfaren rådgivare när det handlar om industri eller annan större fråga. Mer sådant vill jag ha.”*

*”Genom att driva projekt mot specifika målgrupper i länet som jag kan vara delaktiga i. På så sätt kan vi få en större genomslagskraft i länet vad gäller vissa specifika områden som prioriterats. Vara stödjande och drivande vad gäller att sammankalla till nätverksmöten mellan kommunernas EKR i länet. Vara en naturlig samlingspunkt där vi kan diskutera frågor som rör oss alla i länet och en chans att utöva erfarenhetsutbyta mellan EKR.”*

*”Bedriva lite flera projekt på Energi- och klimatrådgivarnas nivå med olika teman och låta det gå runt bland Energi- och Klimatrådgivarna som ”färdiga” projekt som är lätta genomföra för oss.”*

*”Vara vägledande och inspirerande. Kommunicera viktiga nyheter samt ändringar för våra tjänster som energi- och klimatrådgivare.”*

Samtliga öppna svar redovisas i bilaga 2.

### **5.3 Samarbeten med andra aktörer**

Utöver de regionala energikontoren, bedriver de kommunala energi- och klimatrådgivarna även samarbeten med flera andra aktörer. Dessa aktörer arbetar med frågor som helt eller delvis har energianknytning och med vars hjälp det är lättare att nå vissa målgrupper. De kommunala energi- och klimatrådgivarna anger bland annat följande samarbetspartners; VVS-företag/-installatörer, lokala energibolag, olika branschorganisationer (till exempel Svenska värmepumpsbranschen och belysningsbranschen), Naturskyddsföreningen, andra föreningar, studieförbund, sotare, husbyggare med flera.

67 procent av energi- och klimatrådgivarna uppger att de har haft 1-10 samarbetspartners under 2010, och 20 procent uppger att de haft 11-20 samarbetspartners. Av energi- och klimatrådgivarna uppger 8,5 procent att de haft över 20 samarbetspartners under 2010.



## 6 Det dagliga arbetet som energi- och klimatrådgivare

Detta kapitel behandlar de kommunala energi- och klimatrådgivarnas dagliga arbete – fördelning av tid mellan olika arbetsuppgifter, vilka de vanligaste energi-frågorna är samt hur energi- och klimatrådgivarnas tid fördelas mellan målgrupperna allmänheten och företagen. Dessutom redovisas hur många av kommunerna som har egna energi- och klimatrådgivnings-webbplatser.

### 6.1 Fördelning av tid

Energi- och klimatrådgivarna uppmanades även 2010 att redogöra för hur de procentuellt fördelar sin tid mellan olika arbetsuppgifter. På grund av förnyelse av aktivitetsrapporten har frågan omformulerats i 2010 års enkät. Att jämföra svaren med tidigare år skulle därför bli missvisande.

**Tabell 2 Fördelning av arbetstid år 2010 i procent**

	Inget	1-20 %	21-40 %	41-60 %	61-80 %	81-100 %
Telefonrådgivning	0	26	32	21	15	6
Arrangera egna aktiviteter	1	71	20	7	1	0
Annan rådgivning till konsumenter	12	74	7	3	0	0
Deltagande i mässor, konferenser o dyl.	1	89	8	2	0	0
Mediekontakter	6	92	1	0	0	0
Egna webbplatsen	6	87	3	2	0	0
Nätverkskontakter	1	80	15	1	1	0
Besök på företag	12	79	6	1	0	0
Administration	2	82	11	2	2	0
Annat	26	54	2	2	0	0

*Tabellen läses på följande vis; 32 procent av energi- och klimatrådgivarna lägger mellan 21-40 procent av sin arbetstid på telefonrådgivning.*

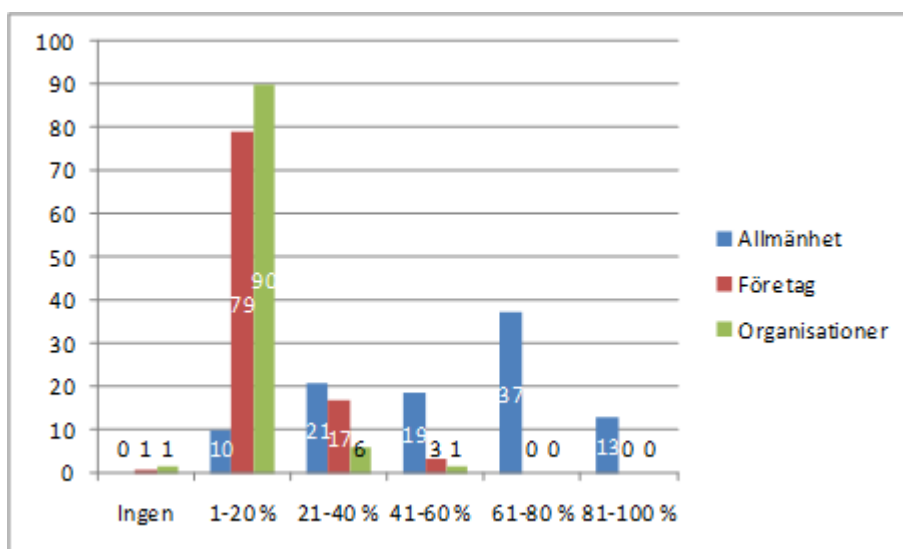
Energi- och klimatrådgivning via telefon har länge varit den dominerande aktiviteten för energi- och klimatrådgivarna. Under 2005/2006 ägnade över hälften av energi- och klimatrådgivarna mer än 40 procent av sin arbetstid åt telefonrådgivning, en andel som nu har stabiliserats på en lägre nivå. Detta kan bero på att energi- och klimatrådgivarna idag har breddat sitt arbetssätt och jobbar med flera olika typer av aktiviteter. I 2010 års enkät fanns ingen fråga om hur många råd som ges via e-post, så flera energi- och klimatrådgivare har inkluderat dessa i alternativet ”telefonsamtal”. I enkäten fanns inte heller någon fråga om personliga besök. Uppgifterna blir därför något missvisande.

Om fokus läggs på varifrån telefonsamtalen kommer, svarar 75 procent att över 85 procent av de inkommande samtalen kommer från allmänheten.

Om man ser till hela verksamheten visar enkätsvaren tydligt att merparten av energi- och klimatrådgivningen riktas mot allmänheten. Närmare fyra av tio energi- och klimatrådgivare, 37 procent, uppger att de ägnar mellan 61-80 procent av sin tid åt allmänheten. Dessutom bedömer 13 procent av energi- och klimatrådgivarna att de ägnar mellan 81 och 100 procent av sin tid åt allmänheten. På frågan om hur stor del av arbetstiden som ägnas åt företagen uppger åtta av tio energi- och klimatrådgivare att de lägger mellan 1-20 procent av sin tid åt företag. Hela nio av tio energi- och klimatrådgivare uppger att de ägnar mellan 1-20 procent av sin tid på aktiviteter riktade mot organisationer. Jämfört med år 2009 har det skett en marginell minskning av arbetstiden ägnad åt företag.

Då frågan var ny i 2009 års undersökning blir det intressant att följa dess utveckling över tid, med tanke på nya målsättningar och målgrupper för energi- och klimatrådgivningen.

**Figur 12 Fördelning av arbetstid mellan allmänhet, företag och organisationer**



## 6.2 Vanligaste frågorna

För att få fram vilka de vanligaste frågorna som energi- och klimatrådgivarna får, ombads de att rangordna de tio vanligaste frågorna en helt vanlig dag. 26 svarsalternativ erbjöds att välja mellan. För varje ämne har ett medelvärde av dess rankade placering räknats ut. Vi har därigenom fått en genomsnittlig rangordning enligt följande:

**Tabell 3 Vanligaste energifrågorna (förra årets placering inom parentes)**

<b>Placering</b>	<b>Energifråga</b>
1 (1)	Värmepumpar
2 (3)	Allmänna energisparråd
3 (2)	Energibidrag
4 (6)	Elvärmekonvertering
5 (11)	Byte av elleverantör
6 (15)	Annat
6 (24)	Effektvakter
7 (7)	Isolering
8 (13)	Vedeldning
9 (10)	Fjärrvärme
10 (4)	Solvärme
11 (8)	Fönster
11 (22)	Miljöprestanda
12 (23)	Tryckluft
13 (19)	Allmänna transportråd
14 (12)	Belysning
15 (16)	Elskatter och avgifter
16 (21)	Minska koldioxidutsläpp
17 (20)	Elsnåla vitvaror
18 (ny)	Braskaminer
18 (ny)	Val av bil
19 (18)	Styr- och reglerutrustning
20 (5)	Energideklarationer
21 (14)	Ventilation
22 (17)	Elsnåla apparater
23 (9)	Pellets

**Gråmarkerade rader betyder att frågorna fått samma poäng och därmed samma placering.**

Som tabellen visar, är det inga större förändringar mot 2009 avseende de tre vanligaste frågorna som alltså handlar om värmepumpar, allmänna energisparråd och energibidrag. Byte av elleverantör har blivit betydligt vanligare under 2010 jämfört med 2009 (från plats elva till fem). Detta kan förklaras med de höga elpriserna under vintern 2009/2010, vilket ledde till att många konsumenter fick mycket höga elräkningar i början av året. Elpriser och diskussionen om ett eventuellt införande av timtariffer kan vara orsaken till att frågor om effektvakter har ökat. Frågor om energideklarationer har gått från att vara det femte vanligaste ämnet år 2009 till att år 2010 hamna på tjugonde plats i listan, vilket kan bero på att energideklarationer förra året var en ny företeelse. Noterbart är att frågeområdet pellets år 2008 rankades som den tredje vanligaste frågan, för att år 2009 återfinnas på plats nio. År 2010 rankas ämnet som det minst efterfrågade. Detta kan höras samman med borttagandet av konverteringsbidraget från olja. Frågor som rör transportområdet har ökat jämfört med år 2009, vilket tyder på att energi- och klimatrådgivarnas arbete med detta nya uppdragsområde börjar få effekt.

### 6.3 Informationsaktiviteter

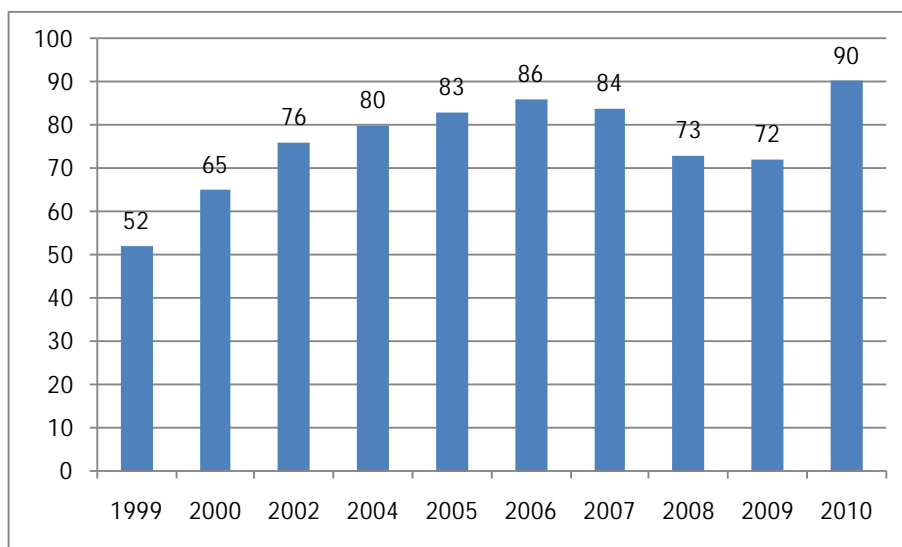
Energi- och klimatrådgivarna uppmanades att nedteckna vilka informationsaktiviteter de genomfört inom ramen för energi- och klimatrådgivningen under året. För varje aktivitet skulle även följande information anges; antal deltagare, ämne och målgrupp.

Vanliga aktiviteter som anordnades inom ramen för energi- och klimatrådgivningen var seminarier, mässor, informationsmöten, tematräffar, föredrag, utbildningar, utställningar och öppet hus. För en fullständig lista över aktiviteter, se bilaga 2.

### 6.4 Egen webbplats

Mellan åren 1999 och 2006 skedde en stadig ökning i andelen kommuner vars energi- och klimatrådgivning hade en egen webbplats på Internet. 2006 var denna andel 86 procent. Andelen webbplatser minskade därefter något och 2009 uppgav knappt tre av fyra (72 procent) att det finns en sådan i kommunen. År 2010 har det dock vänt igen; nio av tio energi- och klimatrådgivare (90 procent) uppger att energi- och klimatrådgivningen har egna sidor på kommunens webbplats.

Figur 13 Egen webbplats på Internet (procent)



Att ange en siffra för antalet unika besökare på de kommunala energi- och klimatrådgivningssajterna är vanskligt, då relativt få har en egen räknare. Hela 93 procent (85 procent 2009) av alla kommuner vars energi- och klimatrådgivning har en egen webbplats, länkar även till Energimyndighetens webbplats på den egna sajten.

## 7 Energi- och klimatrådgivningens effekter

Energi- och klimatrådgivarna följer upp sin verksamhet genom olika typer av utvärderingar. De vanligaste utvärderingsformerna är fortfarande att man genom att föra statistik mäter antalet mottagna telefonsamtal och antalet besökare på utställningar. Några energi- och klimatrådgivare använder sig även av uppföljande samtal och enkäter.

Energi- och klimatrådgivarna ombads beskriva hur de undersöker effekterna av sitt arbete. Resultatet visar att en majoritet av energi- och klimatrådgivarna inte har ett system för detta, annat än att föra statistik över antal kontakter. Uppfinningsrikedomen kring uppföljning är stor, och spänner från att mäta antal inkomna korsord i annonsbilagor till att använda sig av statistik från externa parter, såsom energibolag, installatörer eller SCB. Att följa upp föreslagna åtgärder och se huruvida dessa utförts samt vad effekten blivit mätt i kWh, sker sällan.

*”Uppföljning och utvärdering ingår i våra målgruppsinriktade projekt energismart Företag, Energismart BRF och småhusprojektet. En tid efter ett rådgivningsbesök i företag och brf:er ringer vi upp och följer upp hur det gått. Resultatet klassas enligt 1; inget har hänt 2, Tagit del av återkopplingen men inga åtgärder 3, Åtgärder planeras 4, Åtgärder har genomförts.”*

*”Egentligen inte alls. Man får dock en mycket bra respons från kunderna/klienterna, dom flesta verkar nöjda!”*

*”Skär i begränsad omfattning. För mindre projekt - exempelvis elmätare så är det möjligt att undersöka antal utlåningar osv. däremot vet jag inte om utlåningen faktiskt lett till en besparing. För andra kampanjer såsom ”I stan utan min bil” så är det mycket svårt att undersöka effekterna mer än att någon person faktiskt talar om för mig att de lämnat bilen hemma pga kampanjen. Det finns dock villaägare som jag hjälpt att ”gå hela vägen” vid installation av en bergvärmepump - och på så sätt vet att denna exempelvis konverterat X antal kubik olja. Har ännu inte haft ”missnöjda” klienter.”*

*”Är för ny och har inte gjort det. Önskar hjälp med hur detta ska gå till.”*

*”Svårt att genomföra - saknar verktyg för detta!”*

Även 2010 gäller således att de mått på framgång som energi- och klimatrådgivarna använder sig av koncentreras på att mäta kontaktfrekvens, inte kvaliteten och effekterna av dessa kontakter. En majoritet av kommunerna följer upp hur

nöjda de rådsökande är i kontakten med energi- och klimatrådgivningen. Att mäta effekterna av genomfört arbete i kWh upplevs som vanskligt, och metoder för detta saknas.

## **7.1 Genomförda aktiviteter**

Det som energi- och klimatrådgivarna redovisar är det som gjorts i form av olika aktiviteter. Detta kapitel är en sammanställning av genomförda aktiviteter under 2010 som energi- och klimatrådgivarna rapporterat till Energimyndigheten genom den årliga webbenkäten. För att underlätta redovisningen delades kommunernas svar in i 14 regioner enligt följande:

- Norrbotten
- Värmland
- Mälardalen
- Skåne
- Sydost
- Örebro
- Västra Götaland
- Halland
- Gävleborg/Dalarna
- Jämtland
- Stockholm
- Västernorrland
- Östra Götaland
- Gotland

Indelningen motsvarar grovt de regionala energikontorens geografiska verksamhetsområden 2010.

I bilaga 3 till denna rapport redovisas genomförda aktiviteter regionvis.

Sammanställningen omfattar följande typer av aktiviteter;

- Föredrag/seminarier
- Temakvällar
- Utbildning och/eller skolaktiviteter
- Information till politiker
- Mässor

- Utställningar
- Inslag i media (tidningar: artiklar och annonser, TV eller radio)
- Framtagning av tryckt material (direktreklam, broschyrer)
- Information på Internet/webb
- Övrigt
- Utvärdering

Föredrag och seminarier är aktiviteter som riktar sig till en specifik målgrupp och har ett avgränsat ämne som innehåll. Temakvällar är aktiviteter som riktar sig till en bredare målgrupp och har ett bredare upplägg än ett föredrag. Utbildning är riktade insatser till mindre grupper eller aktiviteter som riktar sig till skolelever. Informationsinsatser till politiker har särredovisats. Utställningar innebär att energi- och klimatrådgivaren är tillgänglig i någon form av monter på en allmän plats, där inga eller få andra fler utställare finns samtidigt. Deltagande på mässor innebär också en form av utställning, dock är det vid ett specifikt tillfälle och tillsammans med andra utställare. Energi- och klimatrådgivaren är inte arrangör av mässan. Deltagande i marknader och andra offentliga sammanhang, där det eventuellt finns andra utställare, men inget gemensamt samband mellan dessa, hamnar under övrigt.

När det gäller olika typer av skriftlig information har en uppdelning gjorts på de olika medier som har används: tidningar, TV eller radio, tryckt sammanhållet material (broschyrer mm) och information på internet.

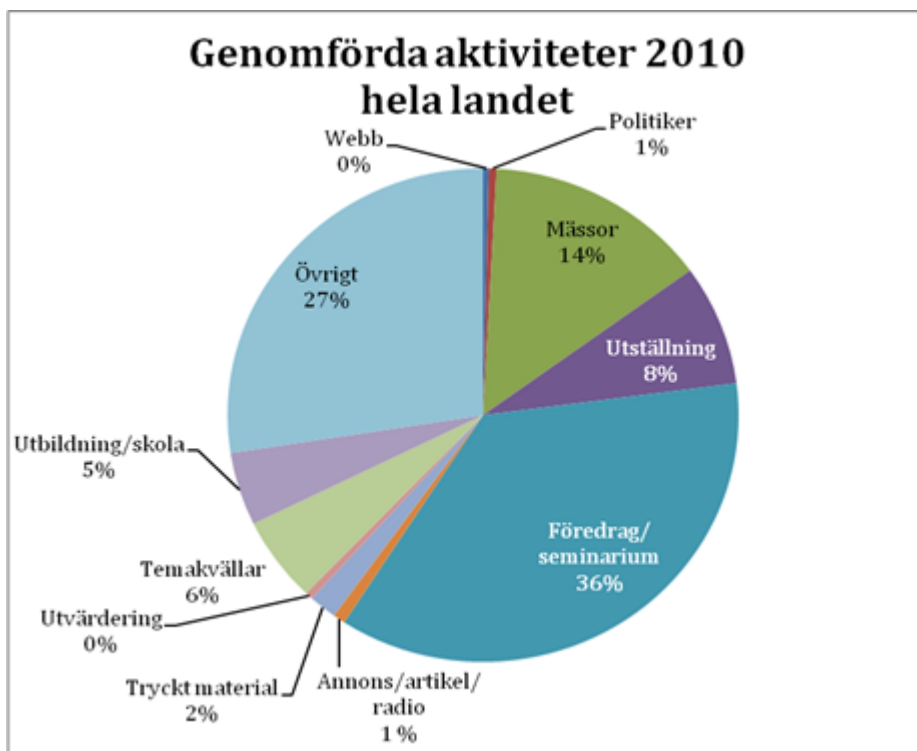
Ytterligare en typ av aktivitet är olika former av utvärderingar som energi- och klimatrådgivarna har gjort för att redovisa effekter av deras verksamhet under året.

Rapporten redovisar också vilka målgrupper energi- och klimatrådgivarnas aktiviteter har riktat sig mot:

- Hushåll
- Små- och medelstora företag
- Bostadsrättsföreningar (BRF)
- Annan

I gruppen annan finns till exempel skolor, organisationer och föreningar, grupper av kommunala tjänstemän och politiker.

Figur 14 Genomförda aktiviteter inom hela landet år 2010.



Totalt har 1 417 aktiviteter redovisats under 2010 (2216 under 2009). Aktiviteterna fördelar sig enligt ovan.

Ser man till innehållet eller temat för aktivitetsgruppen föredrag/seminarier så är mer än hälften ospecificerad. Troligen har dessa ett brett innehåll, som spänner i stort sett över hela kunskapsområdet som energi- och klimatrådgivningen har att erbjuda. Vanliga benämningar är till exempel "spara energi" eller så anges att aktiviteten riktar sig till en specifik målgrupp, till exempel bostadsrättsföreningar. Nära en tiondel av föredragen handlar om solenergi eller har klimatfokus. Andra populära ämnen är konvertering av värmesystem och belysning.

Under övriga aktiviteter är förhållandet likartat när det gäller ospecificerade aktiviteter. Nästan en femtedel av övriga aktiviteter handlar om transporter, oftast nämns deltagande i den europeiska trafikantveckan (I stan utan min bil med fler beteckningar). Aktiviteter runt belysning respektive klimat har en andel på en tiondel vardera.

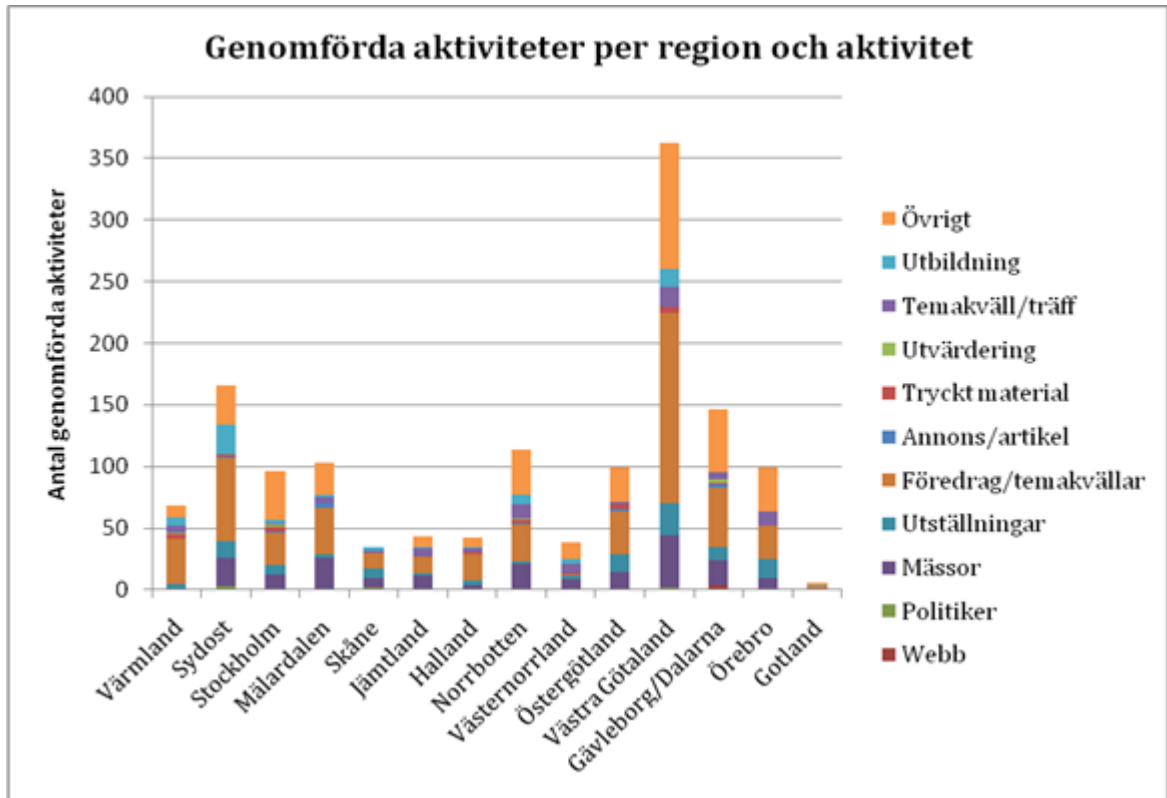
Deltagande i mässor är oftast knuten till mässor utan angiven målgrupp, till exempel "vårmässa" eller med angiven målgrupp, till exempel "företagare", men utan att ange temat mässan arrangeras för. Därför är även här andelen mässor med ospecificerade ämnesområden relativt högt i denna grupp. Nära en tredjedel av mässorna där energi- och klimatrådgivarna deltar i är bo- eller villamässor eller mässor som har "energi" som tema.

Utställningar har även dessa en hög andel ospecificerade ämnesområden, men områden som ändå nämns är solenergi, transporter, belysning och klimatfrågor.



Diagrammet nedan visar antal aktiviteter rapporterat regionvis. Viktigt att notera är att redovisningen inte står i relation till nedlagda resurser och arbetstid i regionerna.

**Figur 15** Fördelningen av antal och olika typer av aktiviteter inom de olika energikontorens områden.



## Målgrupp

Figur 16 Målgrupper för genomförda aktiviteter i landet.

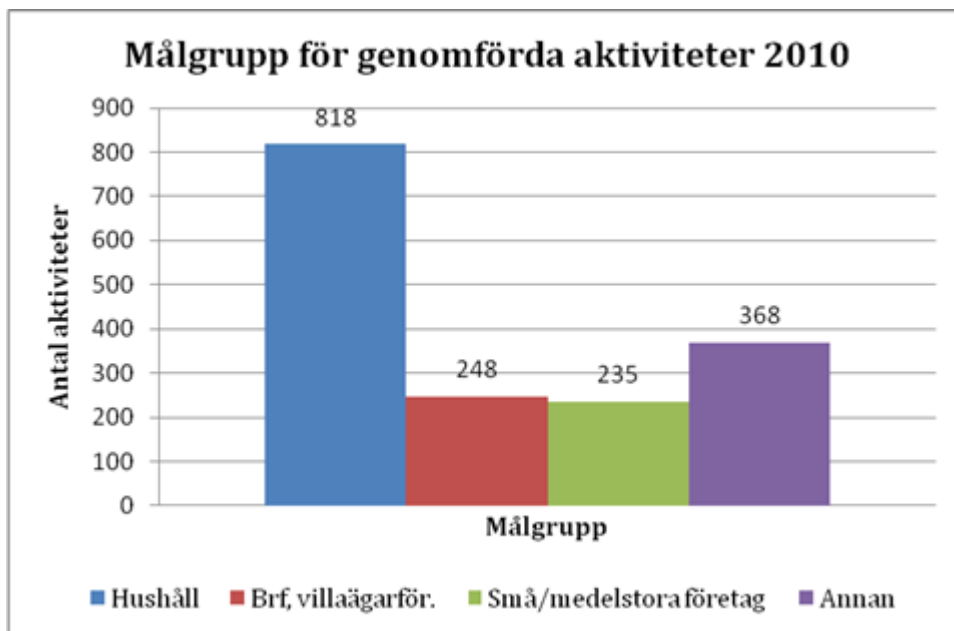


Diagram 16 visar fördelningen mellan olika målgrupper för aktiviteter genomförda under 2010.

De tre vanligast återkommande aktiviteterna för respektive målgrupp redovisas nedan:

- Hushållen nås främst genom föredrag/seminarium, utställningar och mässor.
- Bostadsrättsför/villaägarför. nås främst genom föredrag/seminarium, mässor och övrigt
- Små/medelstora företag nås främst genom föredrag/seminarium, övrigt och mässor.
- Målgruppen ”Annan” nås främst genom föredrag/seminarium och övrigt.

## 8 Energi- och klimatrådgivarnas synpunkter kring sin verksamhet

Energi- och klimatrådgivarna uppmanas att ange vad som fungerat bra respektive dåligt under året. Slående är, liksom tidigare år, att de sammanfattande bedömningarna av verksamheten är övervägande positiva. Energi- och klimatrådgivningen börjar bli en allt mer etablerad del i kommunerna. Dessutom har miljöfrågor och klimatförändringar kommit upp både på den politiska agendan och i samhället i stort.

*”Det mesta fungerar bra. Känns som om energi- och klimatrådgivningen börjar få genomslag i samhället. Fler känner till den och de aktiviteter som vi anordnar.”*

Precis som förra året lyfter energi- och klimatrådgivarna ofta fram specifika samarbeten i deras respektive kommuner som positivt.

*”Bra är samarbetet med kommunens informationsavdelning och miljösamordnare. Vi kan genomföra större projekt och evenemang tillsammans – dessutom på ett proffsigare sätt. Bra att EKR regionalt har samarbetat mer i år. Svårt att hinna med allt det man vill på en halvtidstjänst!”*

*”Företagsbesök tillsammans med miljöinspektörer fungerar bra.”*

*”Bra samarbete med andra EKR inom länet samt Energikontoret.”*

*”Min arbetsgivare och arbetsplats ... har fungerat bra och gett ett fantastiskt samarbete med miljökontoret. Jag har även ... ett riktigt bra samarbete med miljösamordnare (miljöberedning) och har även fördjupat samarbetet med företagarnas förening ... samt näringslivssamordningen. Däremot saknas intresse från kommunledningarna och när vi har försökt att få ihop en arbetsgrupp för en tydligare kommunal inriktning får vi inga svar. Arbetet med ... kommuntekniska har precis påbörjats och ser ut att bli något bra, men jag vill påpeka att arbetet måste specialiseras. Vi har för brett fält.”*

Förteckningen över alla informationsaktiviteter som genomförts inom ramen för energi- och klimatrådgivningen under 2010 visar på både omfång och variation. Föga förvånande väljer många energi- och klimatrådgivare att lyfta upp enskilda aktiviteter som exempel på vad som fungerat bra respektive mindre bra under året. Ett antal energi- och klimatrådgivare för fram reflektionen att uppsökande aktiviteter i allmänhet fungerar bra, men att uppslutningen på arrangemang som föredrag etc. kan bli bättre.

*”Dåligt - uppslutningen från allmänheten vid våra aktiviteter. Fast de som kommer är mycket nöjda.”*

*”Dåligt: den planerade studiecirkeln i samarbete med studiefrämjandet blev inte av.*

*Bra: - fördjupat samarbete med fastighetskontoret och personalen som arbetar med planeringsstrategi bidrar till "rätt val" av energikällor och att man "tänker efter" före beslut - energicykeln blev succé, medförde elevernas beteende förändring - att släcka lyset (hos en del) - utdelning av morötter på trafikantdagen till de som inte använde bilen gav god respons samt gratis PR - Miljö och klimatdagar på högstadiet tillförde nytt sätt att tänka både hos elever och lärare och banade väg för nytt samarbete - gav de som vill ändra uppvärmningskälla trygghet och stöd i beslut - att komma nära hushållen genom att "stå med energi-klimatrådgivning" framför affärer - stöd till alla som behöver det genom att besöka olika kommundelar.”*

*”Det mesta har fungerat bra. Det som fungerat dåligt är att jag vid solvärmeseminarier lagt mycket tid på förberedelser - för att i slutändan endast få 2 föreningar intresserade.”*

*”Det kommer för lite folk på aktiviteterna (Tidsbrist?)”*

*”Många gånger svårt att locka folk, ena gången kan det funka jättebra och nästa gång dyker ett fåtal upp.”*

Energi- och klimatrådgivarna uppmanades även att ange vilka man anser vara de största problemen för den kommunala energi- och klimatrådgivningen. Att nå ut med sitt budskap, tidsbrist, samt avsaknad av ett bra system för att utvärdera effekterna av sitt arbete nämns ofta. Likt tidigare år nämner vissa energi- och klimatrådgivare svårigheten att nå ut till olika målgrupper, till exempel företag. Energi- och klimatrådgivningen tycks fortfarande främst komma allmänheten till godo och endast i begränsad utsträckning nyttjas av företagen. Denna bild bekräftas av skalfrågan hur stor del av tiden som energi- och klimatrådgivarna ägnar åt de olika målgrupperna. Några nämner också att vissa ämnen är eftersatta, till förmån för andra.

*”Allmänheten funkade bra, dock fortfarande för många som ej känner till oss. Tungjobbat med företag.”*

*”.. Transportfrågan är svår att nå ut med. Bilen är helig - särskilt i Norrland!”*

*”.. Har inte kommit ut i det offentliga rummet och har problem med den fysiska placeringen. Jobbar med att få flera spontana besök av allmänheten. Jag har problem med profileringen av verksamheten och få ut de mål vi har till allmänheten och företag. Verksamheten kan inte ta kostnaderna för annonsering mm. i den utsträckning som behövs.”*

*”Att mäta vilket genomslag rådgivningen gett är svårt. Synd att rådgivningen fortfarande är relativt okänd. Det är viktigt att synas för allmänheten, tex att lyftas upp i kommunens annonser och på förstasidan på kommunens webbplats. Vi behöver synas mer i dagspress och public service. Tänk om "arga snickaren" och Martin Timell tipsade om den kommunala energi- och klimatrådgivaren.”*

*”Upplever att många inte vet vad vi kan hjälpa till med och att vi är kostnadsfria. Men jag märker stor skillnad dock gentemot när jag började för 2,5 år sedan.”*

Påtagligt är att många energi- och klimatrådgivare upplever sig ha för lite tid för att hinna med allt som ryms inom rollen. Den tidigare vanligt förekommande bristen på resurser uttrycks nu primärt som brist på tid (som visserligen är en annan sida av myntet ”resursbrist”). Detta blir sannolikt särskilt påtagligt för de energi- och klimatrådgivare som inte arbetar heltid med energi- och klimatrådgivningen (en majoritet av energi- och klimatrådgivarna arbetar med rådgivningen på deltid).

*”Deltidstjänster skapar alltid en splittrad arbetssituation. Det händer enormt mycket på området som man ska hålla sig kunnig och uppdaterad om och allmänheten vill ha ganska konkreta svar. Önskvärt och rimligt att alla kommuner kan ha en heltidstjänst inom rådgivningsområdet.”*

*”Vi får hela tiden större ansvarsområden, företag och transporter har tillkommit senaste åren utan att anslagen nämnvärt ökats.”*

*”Tidvis har vi inte hunnit med så mycket som vi önskat.”*

*”Man märker att folk är nöjda med den hjälp de får av mig. Energirådgivningen har de senaste åren blivit så bred och skall omfatta så mycket att man inte hinner sätta sig in i allt.”*

Tidigare år har det förekommit flera kommentarer kring energi- och klimatrådgivningens koppling till den kommunala organisationen. Detta förekommer endast i begränsad omfattning år 2010, vilket kan tolkas som att energi- och klimatrådgivningen nu blivit en alltmer etablerad del av den kommunala verksamheten.

*”Svårt för kommunen att långsiktigt arbeta med och planera för kommunal energi- och klimatrådgivning eftersom bidragen löper på 2-3 års perioder. Detta medför att det inte är lika prioriterat som det skulle kunna vara. ...”*

*”Ett stort problem har varit att få den politiska organisationen övertygade om vikten av energi- och klimatrådgivningsverksamheten och vad kommunen tjänar på detta. Problemet är anställning i en annan kommun*

*och att servicen ges till xx kommun. Vilket medför till att det är svårt att bli delaktig i kommunens organisation, få ta del av intranätet, kontakter med politiker och tjänstemän osv.”*

Det är tydligt att en stor andel energi- och klimatrådgivare har svårigheter med att följa upp och utvärdera effekterna av sitt arbete. Det är lätt att konstatera vad man har gjort, men svårare att veta vad man faktiskt har åstadkommit. Önskemål om stöd från Energimyndigheten i att ta fram nyckeltal och metoder för uppföljning framförs från flera håll.

*”Det har fungerat bra att utföra aktiviteter men mindre bra att få en effekt visad i siffror.”*

*”De största problemen är nog att se effekterna av arbetet. Att veta att man gör någon skillnad. För den enskilde kan man ju se det i och med att man ofta får respons på en gång om man kan hjälpa till i ett beslut. Men att kunna utläsa effekterna utifrån mer än antalet besök och samtal är svårt. Svårt att veta hur mycket energianvändningen har minskat i kommunen med hjälp av energi- och klimatrådgivaren.”*

*”Bra: Föreläsningar, telefonrådgivningen i allmänhet, samverkan med olika samarbetspartners, främst kommunala tjänstemän. Dåligt: Utvärdering av utförda aktiviteter är svåra att få till på ett bra sätt så att de är mätbara i kWh. Mätbara nyckeltal för besparing i kWh för utvärdering av telefonsamtal och besök saknas.”*

*”Uppföljning/återkoppling av resultat av rådgivningen. Svårt att veta vad som händer efter rådgivningen, vilka resultat det ger.”*

## 9 Utvärdering av arbete med det kommunala fastighetsbeståndet och transporter

I 2010 års utvärdering ingår även ett frågeblock om arbetet med det kommunala fastighetsbeståndet och transporter. Hälften av kommunerna (50 procent) har sökt och fått beviljat 30 000 kronor för att arbeta med kommunens egna fastigheter. 46 procent har inte sökt bidraget och resterande procent är inte insatta i frågan.

Av de kommuner som fått bidraget har majoriteten (70 procent) genomfört utbildningar med temat att arbeta med det kommunala fastighetsbeståndet och transporter för kommunens personal. Vanligast är att genomföra utbildningen i kommunens egen regi (30 procent), men en nästan lika stor andel (24 procent) har valt att köpa in utbildningen som en extern tjänst. Flera kommuner (16 procent) har använt sig av båda utbildningsalternativen.

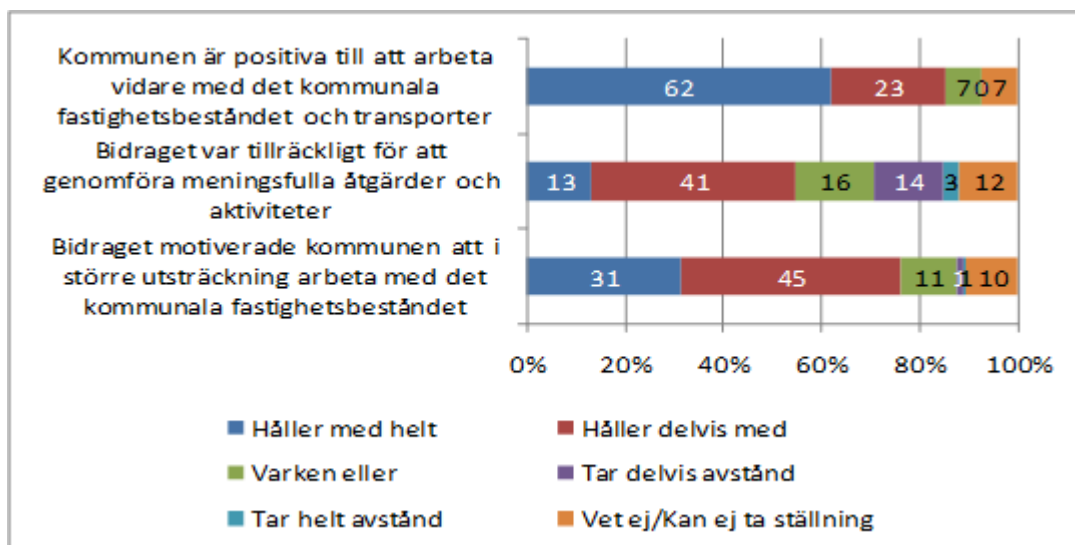
De kommuner som har utbildat enskilda grupper har riktat sig till kommunala tjänstemän (28 procent), fastighetsskötare (26 procent) och övrig personal 9 procent. 38 procent av kommunerna har riktat utbildningarna till flera av ovan nämnda grupper.

Närmare hälften (46 procent) av dem som genomfört kommunala fastighets- och transportutbildningar valde att genomföra studiebesök alternativt fokusera på ett specifikt studieobjekt. Bland de studiebesök som anges kan nämnas passivhus, kommunhus, skolor, solanläggningar, pellets pannor och idrottsanläggningar.

De kommunala energi- och klimatrådgivarna uppmanades även att ange vilka åtgärder och informationsaktiviteter som genomförts och/eller bekostats inom ramen för bidraget. Exempel på sådant som genomförts är energibesiktning av fastigheter, ecodriving, olika energieffektiviseringsaktiviteter såsom injustering av ventilation, stöd vid upphandling, föredrag, informationsinsatser samt utbildningar.

Slutligen fick även energi- och klimatrådgivarna i de kommuner som fått det kommunala fastighetsbidraget beviljat ta ställning till ett antal attitydpåståenden. Av resultaten kan man utläsa att en majoritet (76 procent) anser att bidraget hade avsedd effekt, det vill säga motiverade kommunen att i större utsträckning arbeta med det kommunala fastighetsbeståndet. Motsvarande ställning gällande arbetet med kommunens transporter var endast 49 procent. Gällande storleken på bidraget anser drygt hälften, 54 procent, att 30 000 kronor var tillräckligt för att genomföra meningsfulla åtgärder och aktiviteter. En majoritet, 85 procent, anser att deras kommuner är positiva till att arbeta vidare med det kommunala fastighetsbeståndet och transporter.

Figur 17 Påståenden kring det kommunala fastighetsbidraget





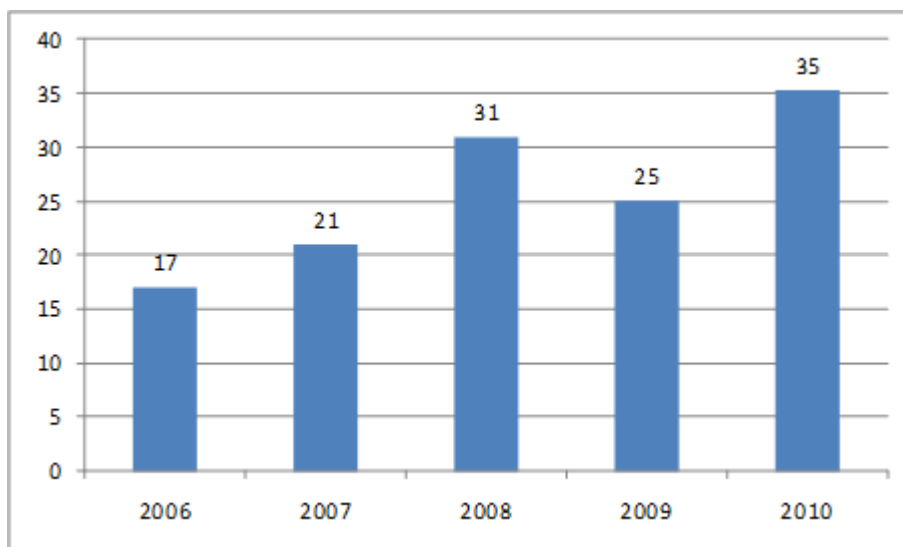
## 10 Bakgrundsuppgifter

I detta kapitel redovisas diverse bakgrundsuppgifter om de kommunala energi- och klimatrådgivarna såsom köns- och åldersfördelningen, vilken utbildning har de och hur länge har de arbetat som energi- och klimatrådgivare.

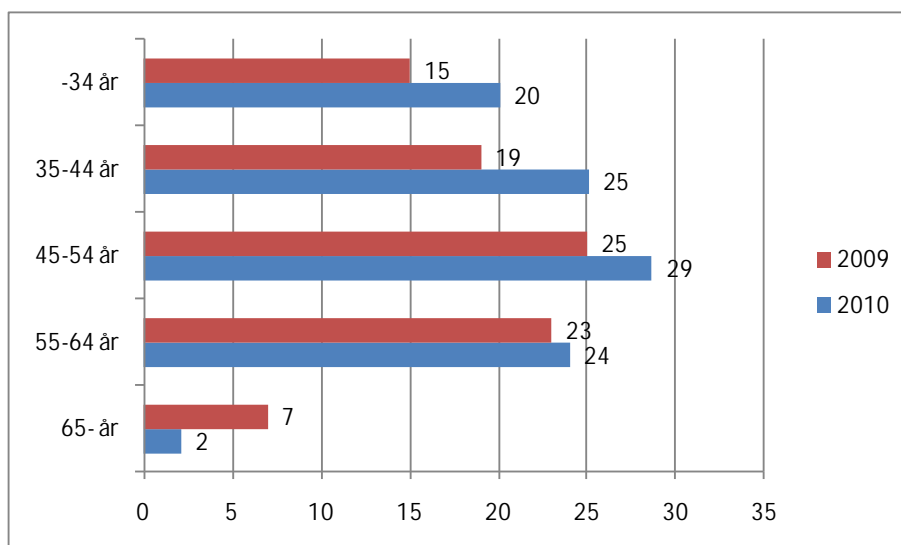
### 10.1 Demografisk struktur

Mellan åren 2006 och 2008 ökade andelen kvinnliga energi- och klimatrådgivare. År 2009 kom ett trendbrott, och andelen kvinnor bland energi- och klimatrådgivarna minskade från 31 (2008) till 25 procent (2009). År 2010 har trenden vänt igen, och 35 procent av energi- och klimatrådgivarna är kvinnor, vilket är den största andel sedan mätningarna startade.

Figur 18 Energi- och klimatrådgivarnas kön (procent kvinnor)



**Figur 19 Energi- och klimatrådgivarnas ålder**



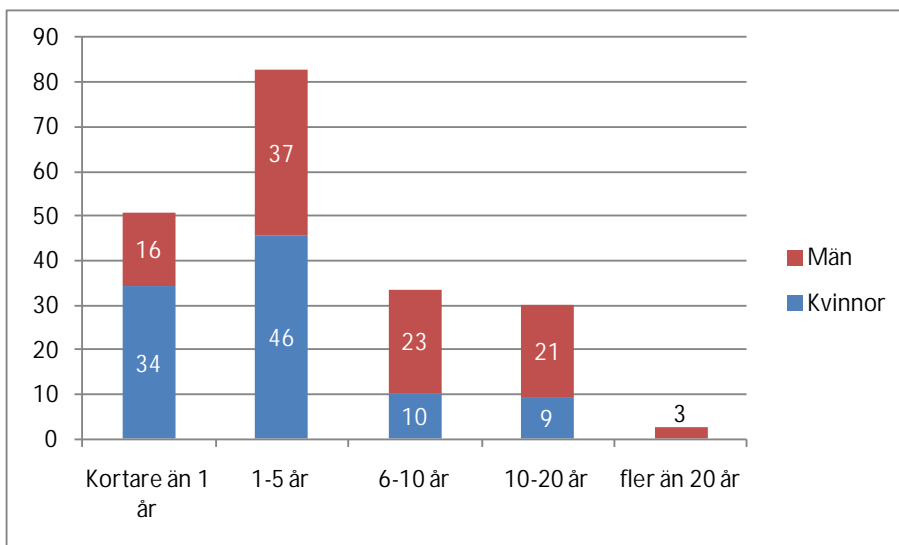
När det gäller energi- och klimatrådgivarnas ålder är 26 procent av energi- och klimatrådgivarna över 55 år. Den genomsnittlige energi- och klimatrådgivaren är 46 år, vilket följer trenden att den genomsnittliga åldern blir lägre (48 år 2009, 50 år 2008). Medelåldern bland de kvinnliga energi- och klimatrådgivarna är lägre än bland männen. Nästan hälften av alla energi- och klimatrådgivare, 45 procent, är under 44 år.

**Tabell 4 Energi- och klimatrådgivarnas kön per ålderskategori (procent)**

	<b>Män</b>	<b>Kvinnor</b>
Under 34 år	17 %	26 %
35-44 år	22 %	31 %
45-54 år	23 %	39 %
55-64 år	35 %	4 %
Över 65 år	3 %	0 %
<i>Genomsnitt</i>	<i>48 år</i>	<i>41 år</i>

Majoriteten av energi- och klimatrådgivarna har tjänstgjort mellan 1-5 år. En av fyra, 23 procent, har arbetat kortare tid än ett år. I dessa båda grupper dominerar antalet kvinnor.

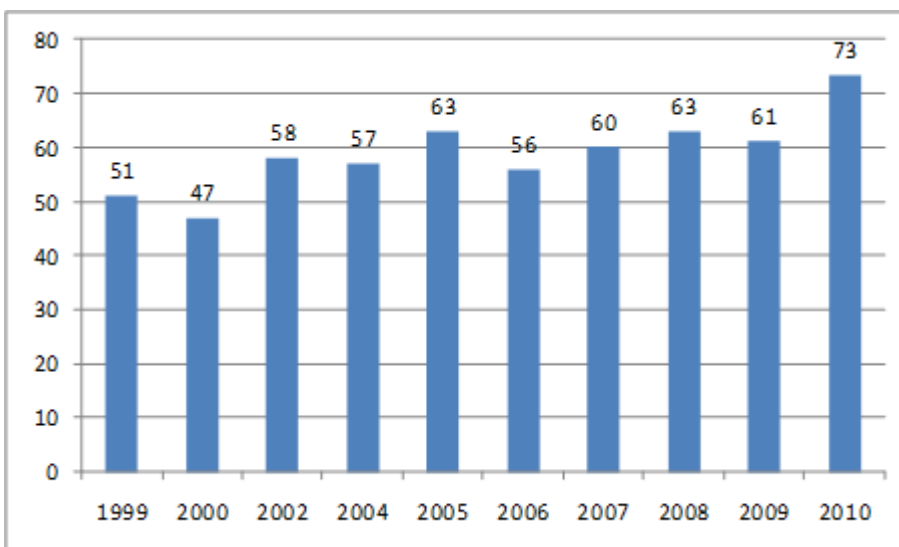
**Figur 20 Tjänstgöringstid som energi- och klimatrådgivare (procent)**



### 10.1.1 Utbildning

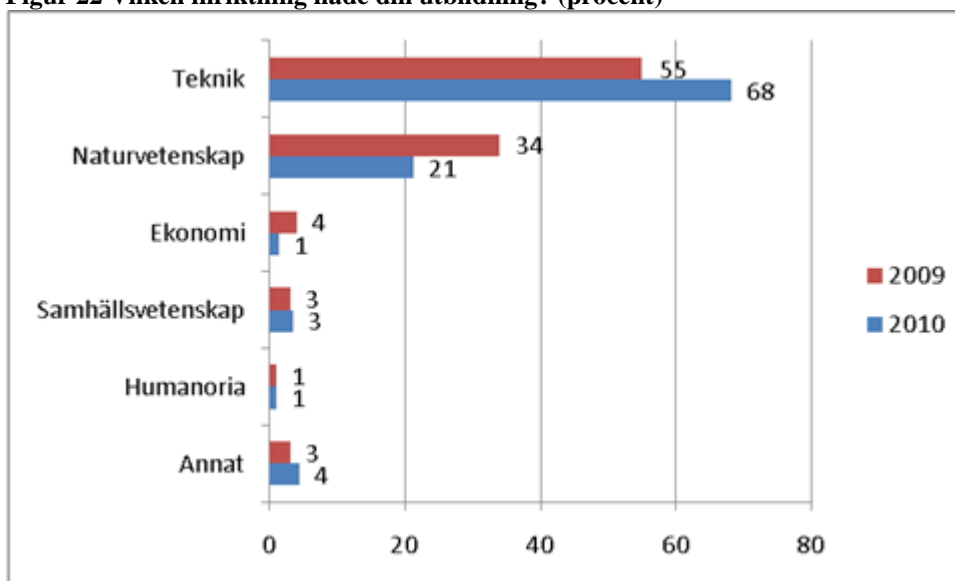
En majoritet av energi- och klimatrådgivarna (73 procent) är högskole- eller universitetsutbildade. Detta är en ökning jämfört med föregående år (61 procent), och den högsta andel sedan mätningarna startade.

**Figur 21 Andel energi- och klimatrådgivare med högskoleutbildning (procent)**



68 procent av energi- och klimatrådgivarna har en tekniskt inriktad utbildning och 21 procent har en naturvetenskaplig utbildning. Dessa är fortfarande de två vanligaste utbildningsdisciplinerna bland energi- och klimatrådgivarna, även om polariseringen mellan de två har ökat sedan föregående år (55 procent teknisk, 34 procent naturvetenskaplig år 2009).

Figur 22 Vilken inriktning hade din utbildning? (procent)

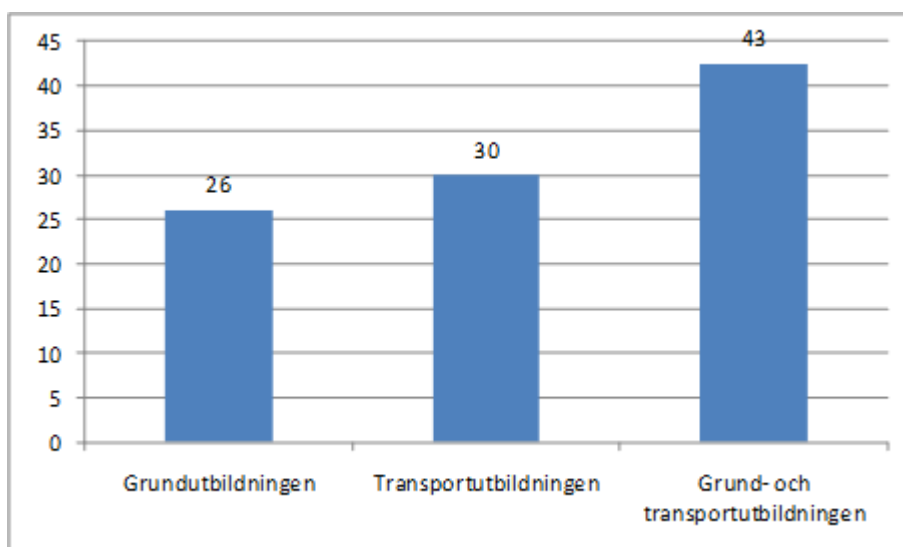


År 2010 uppger 95 procent av energi- och klimatrådgivarna att de genomgått någon av de obligatoriska utbildningar som Energimyndigheten anordnar. Utöver den obligatoriska transportutbildningen och grundutbildningen uppger 24 procent att de har genomgått fönster/sol utbildningen, och 14 procent att de har genomgått Energimyndighetens utbildning om belysning. 7 av 10 energi- och klimatrådgivare anser att de behöver mer utbildning för att klara sina arbetsuppgifter. År 2009 var samma siffra 6 av 10. Detta kan hänga samman med de utökade arbetsområden som energi- och klimatrådgivarna har fått. Då energi- och klimatområdet är områden där det händer mycket, krävs det även kontinuerlig fortbildning för att vara uppdaterad.

Liksom tidigare år efterfrågas generell och kontinuerlig fortbildning. Specifika utbildningar inom framför allt transport, men även belysning, energieffektivisering, ventilation och energiberäkningsprogram nämns. Även mer generella utbildningar inom kommunikation, projektledning, marknadsföring, företagsrådgivning och presentationsteknik efterfrågas. Flera efterlyser även mer praktiska inslag i utbildningarna, och då speciellt riktat till företag.

*"Praktiska kunskaper inför företagsbesök. Bra att veta vad det är för en "burk" jag står framför ute på företaget."*

**Figur 23 Andel som genomgått Energimyndighetens obligatoriska utbildningar (procent)**



Liksom tidigare år är det yrkeserfarenheter från bygg- och VVS-branschen som nämns mest när det gäller de yrkeserfarenheter som de har störst nytta av i sin roll som energi- och klimatrådgivare. Annat som nämns är erfarenheter från olika områden som energi, miljö och lantbruk samt specifika roller som Agenda 21-samordnare eller energikonsult. Även yrken vars fackområden inte alltid har att göra med energi- och klimatrådgivarens område nämns som nyttiga erfarenheter. Flera nämner erfarenheter från läraryrket som användbara i rollen som energi- och klimatrådgivare, samt att arbeta i projektform/ med projektledning, liksom erfarenheter från olika serviceyrken.



# 11 Diskussion

Stödet från Energimyndigheten och de regionala energikontoren upplevs som starkt, myndighetens informationsmaterial är mycket uppskattat, centralt styrda kampanjer och konferensen ”Kraftsamling” likaså. Det kan således konstateras att verksamhetens upplägg och interna struktur fungerar allt bättre och upplevs som mycket positivt.

## 11.1 Resursanvändning

Det kan också konstateras att många energi- och klimatrådgivare upplever att den kommunala energi- och klimatrådgivningen inte utnyttjas i den utsträckning som man finner önskvärt.

Många energi- och klimatrådgivare tycker sig ha svårt att tränga genom ”mediebruset”. Samtidigt anger de flesta energi- och klimatrådgivare att de gör aktiva marknadsföringsinsatser i form av annonser, direktutskick och egen webbplats och är synliga i allehanda utåtriktade aktiviteter. Frågan är om den upplevda ”osynligheten” är verklig eller enbart något energi- och klimatrådgivarna själva tror.

Energi- och klimatrådgivningarna anger själva att tidsbrist kan vara en orsak. Många energi- och klimatrådgivare jobbar deltid med andra uppgifter och i dagens slimmade organisationer kan det vara svårt att räkna till. Samarbetet mellan kommuner, energi- och klimatrådgivare och de regionala energikontoren bör ge vissa samordningsvinster och större genomslag. Men kan vara svårt att mäta.

Den upplevda tidsbristen kan också hänga samman med att energi- och klimatrådgivarna har fått utökad uppdrag. Målgruppen små och medelstora företag har visat sig ganska svår att nå, vilket betyder att en större arbetsinsats, för att nå denna målgrupp, får läggas här. Transporter som är ett relativt nytt verksamhetsområde kan även det kräva extra insatser. För att minska känslan av tidsbrist för energi- och klimatrådgivaren är det viktigt att tillsammans i kommunen planera verksamheten för energi- och klimatrådgivningen. Att under året fokusera på vissa målgrupper och/eller vissa aktiviteter och göra riktade insatser på de områden som man vet efterfrågas eller områden man inte arbetat med i så stor utsträckning tidigare. Om möjligt ta del av del av Energimyndigheten prioriterade områden.

Energi- och klimatrådgivningens målgrupper är allmänheten, företag och organisationer.

Hushållen är den vanligaste målgruppen för aktiviteterna, men tillsammans med små- och medelstora företag genomförs även här en stor andel aktiviteter. Aktiviteter inom transportområdet genomförs i begränsad omfattning. ”Allmänhet” omfattar många grupper, både män/kvinnor med olika ålder och

olika behov. Det kan vara boende i bostadsrätter, familjer i villa, osv. Vill man tränga genom ”bruset” måste marknadsföringen vara mycket specifik och marknadsföringskanalen anpassas till målgruppen. Många energi- och klimatrådgivare är medvetna om just detta behov och efterlyser just en utbildning om kommunikation och marknadsföring.

I kapitel 6.1, redogörs hur energi- och klimatrådgivarna fördelar sin arbetstid på olika de olika målgrupperna. Samt antal rådfrågningar de får genom de olika aktiviteterna, det visar på hur stort omfång och mångfald verksamheten har. Att arbeta effektivt blir allt viktigare. Energi- och klimatrådgivarna lägger mycket tid på telefonsamtal eftersom det är den kanal som fungerar bäst i rådfrågningssituationen för målgrupperna. Frågor via e-post ökar även det. Man når visserligen flera personer vid t ex en temakväll på en bostadsrättsförening men samtidigt är det viktigt att väga kvalitet mot kvantitet.

Sammanställningen av aktiviteter visar att det totala antalet aktiviteter har minskat. Den mest förekommande aktiviteten är föredrag/seminarium, temakvällar, mässor och utställningar. Generellt kan sägas att energi- och klimatrådgivarna når ut med sitt budskap främst genom sin personliga medverkan. Om minskning av antalet aktiviteter beror på att man samordnar och riktar aktiviteterna bättre och ändå når lika många deltagare, visar inte rapporten.

Internet har en allt större betydelse för den kommunala energi- och klimatrådgivningen. Energi- och klimatrådgivarna är generellt sett positiva till Energimyndighetens webbplats och de hänvisar ofta till den i sitt arbete. En majoritet uppger att kommunens energi- och klimatrådgivning har en egen webbplats på nätet. Samtidigt har man ofta inte vetskap om hur många besökare den egna webbplatsen egentligen har. Det kan vara värt att fundera över om man använder arbetstiden effektivt genom att upprätthålla en egen webbplats, då de flesta ändå hänvisar till Energimyndighetens webbsida vilken är mycket omfattande.

## **11.2 Central marknadsföring**

I 2010 års redovisning av den kommunala energi- och klimatrådgivningen framkommer önskemål om central marknadsföring av energi- och klimatrådgivningen. Denna bör utgå från Energimyndigheten. Detta skulle förhoppningsvis leda till en ökad kännedom och i förlängningen även användning av energi- och klimatrådgivningen. En sådan marknadsföringsåtgärd är svår för de enskilda energi- och klimatrådgivarna att genomföra, både ekonomiskt, strategiskt och inte minst kunskapsmässigt.

## **11.3 Intranät för den kommunala energi- och klimatrådgivningen**

Flera av energi- och klimatrådgivarna efterfrågar ett eget intranät på Energimyndighetens webbplats. Ett intranät för alla kommunala energi- och klimatrådgivare skulle kunna fungera på många olika sätt; först och främst som en



kunskapsbank där material kan samlas – både från Energimyndigheten och sådant som energi- och klimatrådgivarna själva tar fram. Det kan handla om presentationer, lathundar, faktsammanställningar etc. Viktigt är att energi- och klimatrådgivarna själva kan ladda upp material på intranätet. Därmed kan intranätet bli en källa till inspiration och dessutom gör faktabanksfunktionen att energi- och klimatrådgivarna slipper ”uppfinna hjulet på nytt”.

Vidare skulle intranätet kunna innehålla diskussionsforum av olika slag, där energi- och klimatrådgivarna kan utbyta erfarenheter, ställa frågor och ge tips till varandra. Vissa energi- och klimatrådgivare kommenterar att det ibland kan vara ett relativt ensamt yrke (varför initiativ som ”Kraftsamling” är särskilt uppskattat) och dessa skulle sannolikt uppskatta denna dimension av ett intranät.

#### **11.4 Engagerade energi- och klimatrådgivare – goda ambassadörer**

Tydligt är att det finns en stor vilja till utveckling och förbättring bland de kommunala energi- och klimatrådgivarna – de är helt enkelt goda ambassadörer för tjänsten. Detta framgår framför allt i de öppna svaren, där energi- och klimatrådgivarna lämnar mängder av synpunkter och förslag. Förutom idérikedomen, tyder mängden förslag och kommentarer på ett fantastiskt engagemang bland energi- och klimatrådgivarna, något som borgar för en fortsatt positiv utveckling för den kommunala energi- och klimatrådgivningen.

#### **11.5 Undersökning av effekterna av arbetet**

Via enkätsvaren framkommer att många energi- och klimatrådgivare upplever det som svårt att undersöka effekterna av sitt arbete. Även om merparten använder sig av olika uppföljningsmetoder, till exempel att föra statistik, är det vanskligt att omsätta detta till verkliga resultat. Man vet vad man har gjort men inte vad man faktiskt har åstadkommit. Önskvärt är att kunna mäta effekterna av sitt arbete i antal sparade kWh, men för detta finns idag inget system. Ett sådant system bör vara enhetligt, och utgå från riktlinjer från Energimyndigheten istället för att bygga på olika metoder som skiljer sig från kommun till kommun.

Det bör även betänkas att det idag finns många informationskanaler och mycket parallell information. Att mäta fram hur mycket just energi- och klimatrådgivningen bidragit med kan kännas vanskligt.

Det är också viktigt att uppföljning av verksamheten och undersökning av effekterna av arbetet inte upplevs som alltför tidskrävande och som enbart en administrativ börda. Väl utfört kan detta användas för att förbättra den framtida verksamheten, och vara till hjälp för att se var fokus och resurser i verksamheten bör riktas. Därmed kanske upplevelsen av att inte räckta till, som beskrivs i kapitel 11.1, kan motverkas.



# Bilaga 1: Årsrapport frågeformulär 2010

Frågeformuläret för 2010 års aktivitetsrapport var uppdelat i tre delar, vilka kunde besvaras separat, ev av flera personer.

Frågeformuläret innehöll 19 öppna frågor. Dessa redovisas som bilaga 2 som separat PDF-fil. Filen finns att ladda ner från vår webbshop som man når via [www.energimyndigheten.se](http://www.energimyndigheten.se) och rapportnr Er 2011:08.

## Aktivitetsrapport 2010, Del 1

**F.1** Ange ditt namn

Förnamn

Efternamn

### Organisation

Först följer några frågor om hur ni har organiserat verksamheten i din kommun.

**Vem i den kommunala förvaltningen är projektansvarig för den kommunala energi och klimatrådgivningen?**

**F.2** Ange ditt namn

Förnamn

Efternamn

**F.3** Befattning

**F.4** Adress

**F.5** Telefon

**F.6** E-post

(t.ex. johan@exempel.se)

**Vem är kommunal energi- och klimatrådgivare?**

**F.7** **Namn**  
Förnamn  
Efternamn

**F.8** **Kommun**

**F.9** **Adress**

**F.10** **Telefon**

**F.11** **E-post**  
(t.ex. johan@exempel.se)

**F.12** **Enligt vilken av nedanstående modeller drivs energi och klimat-  
rådgivningen i din kommun?**

Egen regi. Kommunen har ensam tagit på sig ansvaret för att driva energi- och klimatrådgivningen. Uppgift handhas av befintlig personal.

Samarbete. Flera kommuner svarar tillsammans för att tillhandahålla energi- och klimatrådgivning åt kommunens invånare. Samordning kan ske av en regional samarbetspart/organisation

Entreprenad. Kommunen har träffat avtal med konsultföretag eller annan part om att överlåta energi- och klimatrådgivningen på denna part.

Annan modell

Inget val

**F.13** **Beskriv modellen (öppet svar)**

Fyll i denna om du svarade "Annan modell" på frågan ovan.

**F.14** **Vilken anställningsform har energi- och klimatrådgivaren?**

Frågan ska endast besvaras av kommuner som bedriver energi- och klimatrådgivning i egen regi.

Projektanställning

Tillsvidareanställning

Visstidsanställning

Annat

Tjänsten finns inte

**F.15 Hur många timmar per vecka bedrivs kommunal energi- och klimatrådgivning? (Öppet svar)**

### **Planering och överväganden**

Här följer några frågor om hur du planerar din verksamhet och vad som styr din planering.

**F.16 Var i den kommunala organisationen är energi- och klimatrådgivaren placerad? (Öppet svar)**

**F.17 Har ni gjort aktiva prioriteringar för den kommunala energi- och klimatrådgivningen år 2010? (till exempel val av vissa målgrupper, val av vissa aktiviteter eller teman, prioritering av viss informationskanal).**

- Ja  
 Nej  
 Inget val

**F.18 Har verksamhetsplanen för året följts? Om inte, vilka förändringar är gjorda? (Öppet svar)**

**F.19 Hur har den kommunala energi- och klimatrådgivningen marknadsförts i din kommun under 2010?**

- Annonsering  
 Direktutskick  
 Inlägg i lokala medier (till exempel frågelåda, artiklar, insändare)  
 Egen webbplats  
 Annat

**F.20 Antal annonser under 2010?**

- 0  
 1-3

- 4-6
- 7-10
- 10 eller fler
- Inget val

**F.21            Antal direktutskick under 2010?**

- 0
- 1-3
- 4-6
- 7-10
- 10 eller fler
- Inget val

**F.22            ...varav direktutskick till små- och medelstora företag?**

- 0
- 1-3
- 4-6
- 7-10
- 10 eller fler
- Inget val

**F.23            Antal inlägg i lokala media under 2009?**

- 0
- 1-3
- 4-6
- 7-10
- 10 eller fler
- Inget val

**F.24            Hur mycket egna medel satsar kommunen per år på den kommunala energi- och klimatrådgivningen, dvs. utöver bidraget från Energimyndigheten?**

- 0 kronor

- 1-19 999 kronor
- 20 000-49 999 kronor
- 50 000-59 999 kronor
- 70 000-99 999 kronor
- 100 000-500 000 kronor
- mer än 500 000 kronor
- Inget val

### **Kontakter med Energimyndigheten**

En del av din verksamhet är att ha olika former av kontakter med myndigheter, föreningar och organisationer som du kan samarbeta med. Nedan följer några frågor om dessa kontakter.

**F.25 Känner du stöd för din verksamhet från Energimyndigheten?**

- Mycket stort stöd
- Ganska stort stöd
- Varken stort eller litet stöd
- Ganska litet stöd
- Mycket litet stöd
- Inget val

**F.26 Hur kan Energimyndigheten stödja dig bättre i ditt arbete som energi- och klimatrådgivare? (Öppet svar)**

**F.27 Hur viktigt är det tryckta informationsmaterialet från Energimyndigheten för ditt arbete som energi- och klimatrådgivare?**

- Mycket viktigt
- Ganska viktigt
- Varken viktigt eller oviktigt
- Ganska oviktigt
- Mycket oviktigt
- Inget val

**F.28** Är det något informationsmaterial i form av trycksaker och broschyrer som du önskar att Energimyndigheten tar fram? Beskriv i så fall vilket material du efterfrågar. (Öppet svar)

**F.29** Saknar du någon information på Energimyndighetens webbplats?

- Ja
- Nej
- Inget val

**F.30** Tycker du att Energimyndighetens webbplats kan förbättras, i så fall hur? (Öppet svar)

**F.31** Hur ofta hänvisar du dina kontakter till Energimyndighetens webbplats?

- Hänvisar till webbplatsen några gånger per vecka
- Hänvisar till webbplatsen några gånger per månad
- Hänvisar till webbplatsen mer sällan
- Hänvisar aldrig till webbplatsen
- Inget val

### **Energimyndighetens aktiviteter för energi- och klimatrådgivarna**

Energimyndighetens nyhetsbrev är en viktig informationskälla och myndighetens kanal för att nå ut med information snabbt till energi- och klimatrådgivarna.

**F.32** Läser du Energimyndighetens elektroniska nyhetsbrev? Fyll i det svar som passar dig bäst?

- Jag läser varje brev och varje notis
- Jag läser varje brev, men inte alla notiser
- Jag läser ibland och skummar efter de nyheter som intresserar mig
- Jag läser aldrig nyhetsbrevet
- Inget val



**F.33** Vilket innehåll vill du helst se i nyhetsbrevet? (Öppet svar)

**F.34** Jag tycker att nyhetsbrevet, som informationskälla, fungerar...?

- Mycket bra
- Ganska bra
- Varken bra eller dåligt
- Ganska dåligt
- Mycket dåligt
- Inget val

**F.35** Hur viktig är konferensen ”Kraftsamling” för ditt arbete som energi- och klimatrådgivare?

- Mycket viktig
- Ganska viktig
- Varken viktig eller oviktig
- Ganska oviktig
- Mycket oviktig
- Inget val

**F.36** Varför är konferensen ”Kraftsamling” viktig/oviktig för ditt arbete som energi- och klimatrådgivare? (Öppet svar)

## Aktivitetsrapport 2010, Del 2

Fyll i ditt namn och genomför sedan enkäten nedan.

### F.1 Ange ditt namn

Förnamn

Efternamn

### Kontakter regionala energikontor

#### F.2 Har du kontakt med något regionalt energikontor?

Ja

Nej

Inget val

#### F.3 Vilket/vilka regionalt kontor? (Öppet svar)

Behöver bara besvaras om du svarat JA på fråga 2 ovan

#### F.4 Varför har du inte kontakt med något regionalt energikontor? (Öppet svar)

Behöver bara besvaras om du svarat NEJ på fråga 2 ovan

#### F.5 Vilka kontakter har du haft med det regionala energikontoret under år 2010?

Deltagit i nätverksträffar eller liknande

E-post eller telefonkontakter

Deltagit i utbildningar

Varit med och arrangerat aktiviteter tillsammans med det regionala energikontoret

Annat

#### F.6 Vilket stöd har du från det regionala energikontor som du samarbetar med?

Mycket starkt stöd

Ganska starkt stöd

Varken starkt eller svagt stöd

- Ganska svagt stöd
- Mycket svagt stöd
- Inget val

**F.7 Hur bra fungerar ditt samarbete med det regionala energikontoret?**

- Mycket bra
- Ganska bra
- Varken bra eller dåligt
- Ganska dåligt
- Mycket dåligt
- Inget val

**F.8 Hur kan de regionala energikontoren stödja dig i ditt arbete som energi- och klimatrådgivare?**

**Samarbeten**

**F.9 I vilken utsträckning samarbetar du med andra?**

- 0 samarbetspartners
- 1-10 samarbetspartners
- 10-20 samarbetspartners
- 20 + samarbetspartners
- Inget val

**F.10 Vilka samarbetar du med inom kommunen? (Öppet svar)**

T.ex. Agenda 21, miljökontor, annan kommunal förvaltning mm

**F.11 Vilka samarbetar du med externt? (Öppet svar)**

T.ex. skorstensfejare, byggfirmor, VVS- och elinstallatörer mm

**F.12 Vilka samarbetar du med i övriga nätverk? (Öppet svar)**

## Ditt dagliga arbete som energi- och klimatrådgivare

Vi vill gärna ha en översiktlig beskrivning av hur du fördelar din tid som energi- och

klimatrådgivare, vad dina telefonsamtal handlar om, vilka grupper du riktar dina aktiviteter mot, vilka ämnen du tar upp och vilka resultat du når.

**Av din tjänst, ungefär hur stor del av din tid (i procent) ägnas åt...?**

**F.13 Allmänheten**

- Ingen
- 1-20 %
- 21-40 %
- 41-60 %
- 61-80 %
- 81-100 %
- Inget val

**F.14 Företagen**

- Ingen
- 1-20 %
- 21-40 %
- 41-60 %
- 61-80 %
- 81-100 %
- Inget val

**F.15 Organisationer**

- Ingen
- 1-20 %
- 21-40 %
- 41-60 %
- 61-80 %
- 81-100 %
- Inget val

**F.16 Telefonrådgivning**

- Ingen
- 1-20 %
- 21-40 %
- 41-60 %
- 61-80 %
- 81-100 %
- Inget val

**F.17 Arrangera egna aktiviteter såsom temadagar, seminarier, infomöten osv.**

- Ingen
- 1-20 %
- 21-40 %
- 41-60 %
- 61-80 %
- 81-100 %
- Inget val

**F.18 Annan rådgivning till konsumenter**

- Ingen
- 1-20 %
- 21-40 %
- 41-60 %
- 61-80 %
- 81-100 %
- Inget val

**F.19 Deltagande i mässor, konferenser o dyl.**

- Ingen
- 1-20 %

- 21-40 %
- 41-60 %
- 61-80 %
- 81-100 %
- Inget val

**F.20            Mediekontakter**

- Ingen
- 1-20 %
- 21-40 %
- 41-60 %
- 61-80 %
- 81-100 %
- Inget val

**F.21            Egna webbplatsen**

- Ingen
- 1-20 %
- 21-40 %
- 41-60 %
- 61-80 %
- 81-100 %
- Inget val

**F.22            Nätverkskontakter**

- Ingen
- 1-20 %
- 21-40 %
- 41-60 %
- 61-80 %
- 81-100 %
- Inget val

**F.23 Besök på företag**

- Ingen
- 1-20 %
- 21-40 %
- 41-60 %
- 61-80 %
- 81-100 %
- Inget val

**F.24 Administration**

- Ingen
- 1-20 %
- 21-40 %
- 41-60 %
- 61-80 %
- 81-100 %
- Inget val

**F.25 Annat**

- Ingen
- 1-20 %
- 21-40 %
- 41-60 %
- 61-80 %
- 81-100 %
- Inget val

**F.26 Ange antalet rådfrågningar du fått under 2010 i samband med telefonrådgivning**

- Ingen
- 1-20
- 21-40

- 41-60
- 61-80
- 81-100
- 100 +
- Inget val

**F.27**      **Ange antalet rådfrågningar du fått under 2010 i samband med egna aktiviteter såsom temadagar, seminarier, infomöten osv.**

- Ingen
- 1-20
- 21-40
- 41-60
- 61-80
- 81-100
- 100 +
- Inget val

**F.28**      **Ange antalet rådfrågningar du fått under 2010 i samband med annan rådgivning till konsumenter**

- Ingen
- 1-20
- 21-40
- 41-60
- 61-80
- 81-100
- 100 +
- Inget val

**F.29**      **Ange antalet rådfrågningar du fått under 2010 i samband med besök på företag**

- Ingen
- 1-20
- 21-40



- 41-60
- 61-80
- 81-100
- 100 +
- Inget val

**F.30**      **Ange antalet rådfrågningar du fått under 2010 i samband med deltagande i mässor, konferenser o dyl.**

- Ingen
- 1-20
- 21-40
- 41-60
- 61-80
- 81-100
- 100 +
- Inget val

**F.31**      **Vid rådfrågningar via telefon. Hur stor andel av de inkommande telefonsamtalen kommer från allmänheten?**

- 0-50 %
- 51-75 %
- 76-85 %
- Över 85 %
- Inget val

**F.32**      **Vid rådfrågningar via telefon. Hur stor andel av de inkommande telefonsamtalen kommer från företag?**

- 0-50 %
- 51-75 %
- 76-85 %
- Över 85 %
- Inget val

**F.33 Vid rådfrågningar via telefon. Hur stor andel av de inkommande telefonsamtalen kommer från organisationer?**

- 0-50 %
- 51-75 %
- 76-85 %
- Över 85 %
- Inget val

**F.34 Vilka informationsaktiviteter har du som energi- och klimatrådgivare genomfört/medverkat i under år 2010? (Öppet svar)**

Var god ange:

**Aktivitetens namn**

**Antal deltagare** (antal män / antal kvinnor)

**Ämne** (Aktivitetens ämne)

**Målgrupp** (Antal hushåll, antal bostadsrätts- och villaägarföreningar, antal små/medelstora företag, antal andra målgrupper)

**F.35 Rangordna de tio vanligaste frågorna som du som energi- och klimatrådgivare får en helt vanlig dag.**

Ge siffran 1 till den fråga som är mest vanlig, siffran 2 till den som är näst mest vanlig osv. fram till och med siffran 10 som är mest ovanlig. Observera att du endast skall välja ut de 10 vanligaste frågorna och rangordna dessa från 1-10.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Inget val
Energibidrag	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Elskatter och avgifter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Isolering	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Allmänna energisparråd	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Belysning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Effektvakter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Elsnåla apparater	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Braskaminer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Elsnåla vitvaror	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Byte av elleverantör	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Styr- och reglerutrustning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fjärrvärme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ventilation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Miljöprestanda	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Värmepumpar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Elvärmekonvertering	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vedeldning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fönster	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pellets	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Solvärme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tryckluft	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Energideklarationer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Allmänna transportråd	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Val av bil	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Minska koldioxidutsläpp	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Annat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**F.36 Har kommunens energi- och klimatrådgivning egna sidor på kommunens webbplats?**

Om du svarar nej på denna fråga kan du hoppa över de två kommande frågorna

- Ja
- Nej
- Inget val

**F.37 Ungefär hur många besökare hade dessa sidor senaste året (2010)? (Öppet svar)**

**F.38 Länkar ni till Energimyndighetens webbplats?**

- Ja
- Nej
- Inget val

## **Aktivitetsrapport 2010, Del 3**

Fyll i ditt namn och genomför sedan enkäten nedan.

**F.1            Ange ditt namn**

Förnamn

Efternamn

### **Utvärdering och effekter**

**Uppföljning av ditt arbete som energi- och klimatrådgivare.**

Ange antal kontakter/insatser för följande

**F.2            Antal mottagna telefonsamtal (Öppet svar)**

**F.3            Antal besökare utställningar (Öppet svar)**

**F.4            Antal företagsbesök (Öppet svar)**

**F.5            Antal kontakter inom nätverk (Öppet svar)**

**F.6            Antal skrivna pressklipp (Öppet svar)**

**F.7            Enkäter till besökare (Öppet svar)**

**F.8            Annat (Öppet svar)**

**F.9            Hur undersöker du effekterna av ditt arbete? (Öppet svar)**

**F.10          Vad har fungerat bra och vad har fungerat dåligt inom den kommunala energi- och klimatrådgivningen? (Öppet svar)**

**F.11          Vilka är de största problemen för den kommunala energi- och klimatrådgivningen? (Öppet svar)**

## Utbildningar

**F.12** Har du genomgått någon av de obligatoriska utbildningar som Energimyndigheten anordnat?

- Ja
- Nej
- Inget val

**F.13** Vilken eller vilka av de obligatoriska utbildningarna har du genomgått?

Besvaras om du svarat JA på frågan ovan

- Grundutbildningen
- Transportutbildningen
- Inget val

**F.14** Vilka andra utbildningar har du gått 2010?

- Belysning
- Fönster/sol
- Annat
- Inget val

**F.15** Anser du att du behöver ytterligare utbildning för att klara dina uppgifter som energi- och klimatrådgivare?

- Ja
- Nej
- Inget val

**F.16** Vilken utbildning behöver du? (Öppet svar)

Besvaras om du svarat JA på frågan ovan

## Utvärdering av arbete med det kommunala fastighetsbeståndet och transporter

**F.17** Har kommunen sökt och fått beviljat de extra 30 000 kr för att arbeta med kommunens egna fastigheter och transporter?

Ja

Nej

Inget val

**Frågorna 18-26 behöver du bara besvara om du svarat JA på frågan ovan**

**F.18** Vilka åtgärder och informationsaktiviteter har genomförts/bekostats inom ramen för bidraget? (Öppet svar)

Här redovisas enbart de aktiviteter som har genomförts inom ramen för det extra bidraget.

**F.19** Har du genomfört någon utbildning för kommunens personal med temat att arbeta med det kommunala fastighetsbeståndet och transporter?

Ja, i egen regi

Ja, vi har köpt in tjänsten

Nej

Inget val

**F.20** Till vilka har du vänt dig med utbildningen?

Kommunens tjänstemän

Fastighetsskötare

Övrig personal

**F.21** Har ni under utbildningen tittat på något specifikt studieobjekt/studiebesök?

Ja

Nej

Inget val

**F.22**            **Vilket studieobjekt/studiebesök har ni tittat på? (Öppet svar)**

Besvaras om du svarade JA på frågan ovan

**F.23**            **Bidraget motiverade kommunen att i större utsträckning arbeta med det kommunala fastighetsbeståndet**

- Håller med helt
- Håller delvis med
- Varken eller
- Tar delvis avstånd
- Tar helt avstånd
- Vet ej/Kan ej ta ställning

**F.24**            **Bidraget motiverade kommunen att i större utsträckning arbeta med sina transporter**

- Håller med helt
- Håller delvis med
- Varken eller
- Tar delvis avstånd
- Tar helt avstånd
- Vet ej/Kan ej ta ställning

**F.25**            **Bidraget var tillräckligt för att genomföra meningsfulla åtgärder och aktiviteter**

- Håller med helt
- Håller delvis med
- Varken eller
- Tar delvis avstånd
- Tar helt avstånd
- Vet ej/Kan ej ta ställning

**F.26 Kommunerna är positiva till att arbeta vidare med det kommunala fastighetsbeståndet och transporter**

- Håller med helt
- Håller delvis med
- Varken eller
- Tar delvis avstånd
- Tar helt avstånd
- Vet ej/Kan ej ta ställning

**Bakgrundsuppgifter**

**F.27 Kön**

- Man
- Kvinna
- Inget val

**F.28 Vilket år är du född? (Öppet svar)**

**F.29 Vilken är den högsta utbildningen som du genomgått?**

- Grundskola/folkskola
- Gymnasium eller motsvarande
- Annat
- Högskola/universitet
- Inget val

**F.30 Vilken inriktning hade din utbildning?**

Besvaras om du svarade HÖGSKOLA/UNIVERSITET på frågan ovan

- Teknik
- Ekonomi
- Samhällsvetenskap
- Naturvetenskap
- Humaniora



- Annat
- Inget val

**F.31**      **Vilken yrkeserfarenhet har du som varit till nytta i din verksamhet som kommunal energi- och klimatrådgivare? (Öppet svar)**

**F.32**      **Hur länge har du varit kommunal energi- och klimatrådgivare? Ange antal år. (Öppet svar)**

**F.33**      **Är det något vi har glömt? (Öppet svar)**

Om det är någon aspekt av din verksamhet som vi inte frågat om, eller om det finns aspekter som du vill uppmärksamma oss på, får du gärna skriva dina kommentarer här.

### **Vårt mål - en smartare energianvändning**

Energimyndigheten är en statlig myndighet som arbetar för ett tryggt, miljövänligt och effektivt energisystem. Genom internationellt samarbete och engagemang kan vi bidra till att nå klimatmålen.

Myndigheten finansierar forskning och utveckling av ny energiteknik. Vi går aktivt in med stöd till affärsidéer och innovationer som kan leda till nya företag. Vi visar också svenska hushåll och företag vägen till en smartare energianvändning.

Alla rapporter från Energimyndigheten finns tillgängliga på myndighetens webbplats [www.energimyndigheten.se](http://www.energimyndigheten.se).



Energimyndigheten, Box 310, 631 04 Eskilstuna  
Telefon 016-544 20 00, Fax 016-544 20 99  
E-post [registrator@energimyndigheten.se](mailto:registrator@energimyndigheten.se)  
[www.energimyndigheten.se](http://www.energimyndigheten.se)