

2011 års uppföljning av den kommunala energi- och klimat- rådgivningen

ER 2012:21

Böcker och rapporter utgivna av Statens
energimyndighet kan beställas via
www.energimyndigheten.se
Orderfax: 08-505 933 99
e-post: energimyndigheten@cm.se

© Statens energimyndighet

ER 2012:21

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. Samt ge information om transporter av personer och gods. Målgruppen för rådgivningen är hushåll, företag och organisationer.

Undersökningen bygger på en enkät/aktivitetsrapport som landets energi- och klimatrådgivare svarat på den redovisar energi- och klimatrådgivarnas verksamhet för år 2011. 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.

Man kan utläsa att frågornas karaktär från hushållen har tagits till en annan nivå genom att mera detaljerade frågor ställs och inte som tidigare på ett övergripande plan. De vanligaste frågorna under året har handlat om tilläggsisolering, fönster och solvärme istället för att fråga om hur de kan ändra sin uppvärmning. Det kan finnas ett samband med att det inte längre finns bidrag för konverteringar. Även nybyggnadsfrågor har blivit mer aktuella.

Rapporten visar att allmänheten i stort har fått en kunskapshöjning, till stor del genom de insatser som görs på informationssidan, genom direkt rådgivning och aktiviteter som rådgivarna genomfört. Aktiviteterna har ökat, så mycket som runt 50% mot föregående år.

Undersökningen skickades ut av Energimyndigheten i form av ett elektroniskt formulär till landets samtliga 290 kommuner i november 2011. Svarsfrekvensen var 100 procent, det vill säga samtliga av landets 290 kommuner har besvarat enkäten/aktivitetsrapporten. KanEnergi svarade för distribution och sammanställning.

Eskilstuna 2012-06-20



Anita Aspegren

Avdelningschef

Avd. för främjande

Margurite Karlsson

Handläggare

Avd. för främjande

Innehåll

Förord	1
1 Sammanfattning	5
2 Inledning	7
2.1 Metod	7
2.2 Disposition	9
3 Organisation	11
3.1 Utförandemodeller för den kommunala energi- och klimatrådgivningen.....	11
3.2 Anställningsformer och placering i organisationen	13
3.3 Nedlagd tid för energi- och klimatrådgivningen.....	13
3.4 Avsatta medel för energi- och klimatrådgivningen.....	15
4 Planering och marknadsföring	17
4.1 Verksamhetsplanering och ändringar	17
4.2 Marknadsföringsinsatser	17
5 Det dagliga arbetet som energi- och klimatrådgivare	21
5.1 Fördelning av tid	21
5.2 De vanligaste frågorna	24
5.3 Informationsaktiviteter	25
6 Kontakter med olika aktörer	29
6.1 Kontakter med Energimyndigheten	29
6.2 Kontakter med regionala energikontor.....	36
6.3 Samarbeten inom den egna kommunorganisationen och externt.....	37
7 Energirådgivningens effekter	39
8 Fokus framåt: energi- och klimatrådgivarnas idéer om den framtida utvecklingen av verksamheten	41
8.1 Goda exempel – vad har fungerat bra under året inom energi- och klimatrådgivningen?.....	41
8.2 Förbättrings- och utvecklingsområden.....	43
8.3 Övriga kommentarer och synpunkter.....	44

9	Bakgrundsuppgifter	45
9.1	Demografisk struktur – kön och ålder.....	45
9.2	Tjänstgöringsår.....	48
9.3	Utbildning	49
9.4	Energimyndighetens utbildningar för energi- och klimatrådgivarna ..	51
10	Diskussion	55
10.1	Organisation	55
10.2	Energi- och klimatrådgivarna i fokus.....	56
10.3	Att organisera sin verksamhet och marknadsföra den	57
10.4	Fördelning av tid och aktiviteter	58
10.5	Utvärdering	60
10.6	Samverkan med olika aktörer	61
11	Bilaga 1 Enkätfrågor	63

1 Sammanfattning

De kommunala energi- och klimatrådgivarna redovisar varje år sin verksamhet till Energimyndigheten. Redovisningen beskriver hur verksamheten är organiserad och hur energi- och klimatrådgivarna bedriver sin verksamhet: hur de använder sin tid, vilka aktiviteter de genomför och för vilka målgrupper och vilka samarbeten de har inom och utanför den kommunala verksamheten i sin kommun och med andra aktörer och ntrverk, samt hur de utvärderar sin verksamhet.

Uppföljningen av 2011 års kommunala energi- och klimatrådgivning skedde i form av en enkät som distribuerades till landets samtliga 290 kommuner genom ett elektroniskt formulär.

Energi- och klimatrådgivningen organiseras i egen regi nära hälften av kommunerna (48 procent). Nästan lika många kommuner (42 procent) har gått samman och tillhandahåller energi- och klimatrådgivningen enligt samarbetsmodellen. I 7 procent av kommunerna har man valt entreprenadmodellen. Där träffar kommunen ett avtal med ett konsultföretag/energiföretag om att överlåta energi- och klimatrådgivningen på denna part. Knappt fyra procent av kommunerna organiserar sin energi- och klimatrådgivning genom någon form av kombination mellan de andra modellerna.

Vanligast är att energi- och klimatrådgivarna jobbar mellan 25-50 procent av en heltid med rådgivningen. Detta förhållande har varit dominerande även tidigare år.

Antalet energi- och klimatrådgivare som jobbar 75 procent eller mer av en heltid har halverats jämfört med föregående år och ligger nu vid 11 procent. I 30 kommuner läggs mer än en heltid totalt på energi- och klimatrådgivningen.

Kommunerna får varje år ett ekonomiskt bidrag från Energimyndigheten. Dessutom satsar kommunerna i varierande utsträckning egna medel. Trenden är dock att allt färre kommuner avsätter egna medel till energi- och klimatrådgivningen.

De flesta energi- och klimatrådgivare lägger största delen av sin tid på allmänheten som målgrupp, därefter ägnas mest tid åt rådgivning mot organisationer såsom bostadsrättsföreningar och idrottsklubbar. Ett ökat antal energi- och klimatrådgivare ägnar allt mer av sin åt små- och medelstora företag. I detta ingår även handel och företagarnätverk.

Tiden som läggs på olika typer av aktiviteter är relativt jämt fördelat mellan att svara i telefon, delta i mässor och utställningar samt genomföra informationsaktiviteter som föreläsningar, seminarier, frukostmöten och temakvällar. Spridningen är dock stor mellan rådgivarna, från rådgivare som inte genomför några aktiviteter alls eller endast några få och mest svarar i telefon och till dem som genomför en mängd aktiviteter och istället valt att minska tiden för telefonrådgivning eller både genomför en stor mängd aktiviteter samt att de besvarar många telefonsamtal.

Tyngdpunkten för de vanligaste ämnena rådgivarna får frågor om har på de senaste åren legat på tekniska frågor, som konvertering av värmesystem och värmepumpar.

För år 2011 har de tre vanligaste ämnena från föregående år placerats längre ned i listan. Istället har något annorlunda frågeställningar kommit längre upp på listan. Energi- och klimatrådgivarnas kunder frågar numera efter ämnen som tilläggsisolering, fönster och solvärme istället för att fråga om hur de kan ändra sin uppvärmning. Det kan finnas ett samband med att det inte längre finns bidrag för konverteringar, men däremot för arbeten som kräver mer hantverkstid och därmed lämpar sig för ROT-avdraget. Även nybyggnadsfrågor har blivit aktuella och kommit in bland de tio vanligaste.

Energi- och klimatrådgivarna redovisar tillsammans över 2 300 genomförda aktiviteter, vilket är en ökning med 60 procent jämfört med föregående år.

Åtta av tio energi- och klimatrådgivare upplever att de får mycket stort stöd av Energimyndigheten. Man uppskattar det informationsmaterial och de utbildningar som Energimyndigheten stödjer energi- och klimatrådgivningen med. Många energi- och klimatrådgivare ger också förslag på både utbildningar och broschyrmaterial som man ser sig ha behov av.

Även de regionala energikontoren är en mycket uppskattad verksamhet som de flesta energi- och klimatrådgivare uppger att de känner starkt stöd av. De flesta av energi- och klimatrådgivarna har någon gång under året deltagit i nätverksträffar, deltagit i utbildningar eller varit med och arrangerat aktiviteter tillsammans med sitt energikontor.

Energi- och klimatrådgivarna följer upp sin verksamhet genom olika typer av utvärderingar. De vanligaste utvärderingsformerna är fortfarande att man genom att föra statistik och på så sätt mäter antalet mottagna telefonsamtal och antalet besökare på utställningar. De flesta energi- och klimatrådgivarna som beskrivit vilka aktiviteter de genomfört har gjort uppskattningar över hur många kontakter de fått under sina aktiviteter. På 676 föredrags- och seminarietillfällen och liknande har man angett drygt 28 000 deltagare. Under 670 mässor och utställningar har 720 000 besökare räknats.

Energimyndigheten har i samarbete med energikontoren tagit fram en metodik för utvärdering och i årets enkät fick energi- och klimatrådgivarna för första gången redovisa enligt denna metod. Än har inte alla energi- och klimatrådgivare deltagit i utbildningen och metoden behöver bli inarbetad, men det finns exempel för att några ändå har provat att använda metoden.

Årets utvärdering av energi- och klimatrådgivningens verksamhet visar återigen vilket stort engagemang det finns bland energi och klimatrådgivarna i landet och vilken otrolig kunskap det finns.

Det finns goda exempel på lyckade insatser, där kunderna gärna återkommer när de gjort åtgärder, t ex där rådgivare lyckas med att förmedla hur man bygger energieffektiva småhus. Man har gjort utställningar om exempelvis belysning som fångat intresse och visat upp elcyklar. Man har besökt företag och gjort nattvandringar i industrilokaler för att hitta energitjuvar eller besökt butiker och pratat om belysning. Man har genomfört aktiviteter i skolor i form av tävlingar och teaterföreställningar och mycket, mycket mer. Aktiviteterna visar både på djup och bredd.

2 Inledning

I samtliga svenska kommuner bedrivs det någon form av kommunal energi- och klimatrådgivning (EKR). Verksamheten riktar sig i första hand till allmänheten, små och medelstora företag samt organisationer. Energi- och klimatrådgivningen ska ge opartisk och lokalt anpassad information och rådgivning om energifrågor.

Energimyndigheten stödjer den kommunala energi- och klimatrådgivningen, dels ekonomiskt, dels genom utbildning, nyhetsbrev, årliga konferenser, produktion av tryckt material samt information via webbplatsen. Energimyndigheten stödjer även det arbete som bedrivs genom de för närvarande 13 regionala energikontoren i Sverige¹. Energi-kontoren har bildats genom samarbete mellan länsstyrelser, kommunalförbund, näringsliv och kommuner. De är aktiva inom tre områden; samordning av energirådgivning, regional energiaktör och energikompetens för regionen samt projektverksamhet.

Kommunerna redovisar varje år till Energimyndigheten hur man bedrivit sin energirådgivning. 2010 års redovisning är sammanställd i rapporten ”År 2010 uppföljning av den kommunala energi- och klimatrådgivningen” (ER 2011:08).

Denna rapport innehåller kommunernas redovisningar av den kommunala energi- och klimatrådgivningen under år 2011. Rapporten är skriven av KanEnergi Sweden AB.

2.1 Metod

Kommunerna redovisar sin verksamhet genom att besvara en webbenkät som Energimyndigheten skickade ut i november 2011. KanEnergi ansvarade för distributionen. Enkäten är något omarbetad från tidigare år och omfattade denna gång 65 frågor, varav 8 var öppna frågor. Några av frågorna fick respondenten svara på beroende på svaret han/hon gett i en föregående fråga. Enkäten är uppbyggd kring följande huvudområden:

- Organisation och bakgrundsuppgifter
- Uppföljning av verksamhetsåret
- Marknadsföring
- Kontakter med Energimyndigheten
- Energimyndighetens aktiviteter för energi- och klimatrådgivarna

¹ **Regionala Energikontor i Sverige:** Gävle Dala Energikontor, Jämtlands Läns Energikontor, Energikontor Sydost, Energikontoret i Mälardalen AB, NENET - Norrbottens Energikontor AB, Energikontoret Skåne, Energikontor Värmland, Västernorrlands Energikontor, Hållbar utveckling Väst, Energikontoret Regionförbundet Örebro, KSL Kommunförbundet Stockholms Län, Energikontoret Halland, Energikontoret Östra Götaland AB

- Energimyndighetens utbildningar för energi- och klimatrådgivarna
- Kontakter med regionala energikontor
- Samarbeten
- Det dagliga arbetet som energi- och klimatrådgivare
- Utvärdering och effekter av energi- och klimatrådgivningen
- Vidareutveckling av energi- och klimatrådgivningen

Enkäten med samtliga frågor återfinns i bilaga 1.

Svarsfrekvensen på enkäten är 100 procent, det vill säga samtliga av landets 290 kommuner har redovisat sin verksamhet. Den höga svarsfrekvensen kan delvis förklaras av att det statliga stödet inte betalas ut förrän kommunerna lämnat sina redogörelser.

Redovisningarna 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 delar på rådgivningen i en eller flera kommuner. Det innebär att det finns ett svar för varje kommun, men att vissa energirådgivare kan ha svarat flera gånger för flera kommuner och därmed i kommentarer med mera lämnat samma svar.

De flesta frågorna hade föregivna svarsalternativ och ibland en svarsmöjlighet för ”annat”, där man också fick ange vad som menades. Inte sällan angavs i detta svarsalternativ något som kunde hänföras till något av de redan föregivna svaren. I dessa fall har svaret i utvärderingen flyttats till respektive rubrik.

Svaren i de öppna frågorna redovisas i sin helhet i bilaga 2. I de öppna svaren har man i redovisningen i bilagan tagit bort dubletter eller sammanfattat likartade svar, men angett i parentes hur många sådana svar som sammanfattats.

2.2 Disposition

Rapporten består utav en redovisning av de svaren energi- och klimatrådgivarna lämnat i sin årliga aktivitetsrapport (webbenkäten). Rapporten inleds med redovisningen av energi- och klimatrådgivarnas organisation och i kommunerna.

I kapitel 4 och 5 finns beskrivningen av hur verksamheten bedrivits under året. Hur man marknadsfört sig, vilka aktiviteter man genomfört åt vilka målgrupper mm. Kapitel 6 handlar om samarbeten med Energimyndigheten, de regionala energikontoren, inom den kommunala verksamheten och samarbeten med andra aktörer. Kapitel 7 ägnas åt utvärderingen av verksamheten och i kapitel 8 kommer energi- och klimatrådgivarna till tals och får lämna sina synpunkter.

I kapitel 9 redovisas demografiska uppgifter om energi- och klimatrådgivarna. Rapporten avslutas i kapitel 10 med en diskussion.

Till rapporten tillfogas samtliga enkätfrågor (bilaga 1) samt redovisning av samtliga öppna svar (bilaga 2).

3 Organisation

I detta avsnitt redovisas hur kommunerna valt att organisera energi- och klimatrådgivningen. Här redovisas även hur mycket tid som ägnas åt den kommunala energi- och klimatrådgivningen och hur kommunerna förhåller sig till finansieringen av verksamheten.

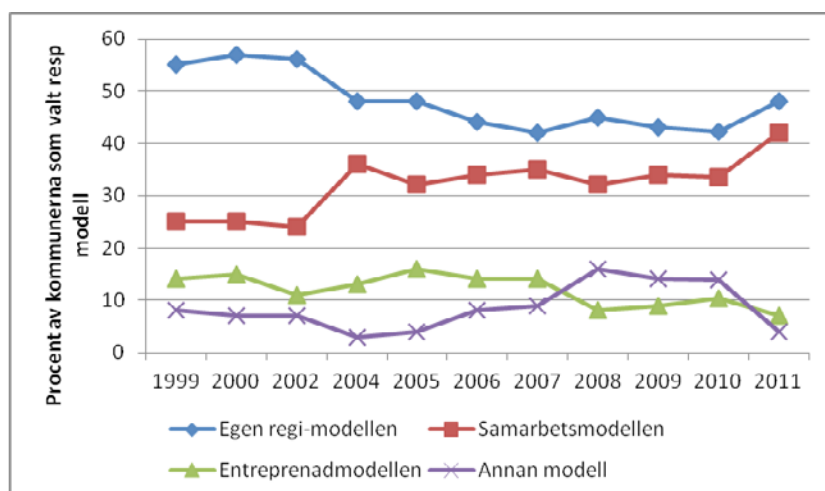
3.1 Utförandemodeller för den kommunala energi- och klimatrådgivningen

Energi- och klimatrådgivningen organiseras i egen regi i närmare hälften av kommunerna (48 procent). Trenden sedan år 2000 var att "egen regi-modellen" minskar bland kommunerna, men har de senaste åren stabiliserat sig på en nivå mellan 40 och 50 procent. I år kunde man se en liten ökning. Nästan lika många kommuner (42 procent) har gått samman och tillhandahåller energi- och klimatrådgivningen enligt "samarbetsmodellen". Trenden verkar ökande för detta sätt att bedriva energi- och klimatrådgivning.

Ytterligare en modell är "entreprenadmodellen". I denna modell ingår kommunen ett avtal med ett konsultföretag/energiföretag om att överlåta energi- och klimatrådgivningen på denna part. Denna modell har minskat jämfört med föregående år. 7 procent av kommunerna har valt denna modell för att organisera sin energi- och klimatrådgivning år 2011.

Knappt fyra procent av kommunerna organiserar sin energi- och klimatrådgivning 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 klimatrådgivningen sköts av det regionala energikontoret. I några fall har tjänsten varit vakant under delar av 2010, kommunen har då lånat in tjänsten av grannkommuner.

Figur 1: Utförandemodeller för kommunal energirådgivning 1999-2011 (procent).



Kommuner som valt att samarbeta är oftast två och det finns 19 sådana samarbeten i landet. Dessutom finns det nio kommungrupper med tre medlemmar, fem grupper med fyra deltagande kommuner och fyra grupper med fem deltagande kommuner. Samtliga 27 kommuner i Stockholms län samarbetar genom sitt regionförbund, som även utgör deras energikontor. Fördelningen av samarbeten i landet redovisas i tabell 1.

Tabell 1: Fördelning av kommuner som valt samverkansmodellen för energi- och klimatrådgivningen i landets olika regioner.

Region	Antal kommuner i regionen	Antal kommuner med samarbete	Antal kommungrupper med samarbete
Halland	6	0	0
Sydost	38	6	2
Värmland	16	8	3
Östergötland	13	6	3
Stockholms län	27	27	1
Örebro län	12	11	4
Skåne	33	21	4
Gävle Dala	28	12	4
Västergötland	49	21	6
Jämtland	8	1	1*
Mälardalen	23	3	1
Norrbottn	29	9	3
Västernorrland	7	3	2*

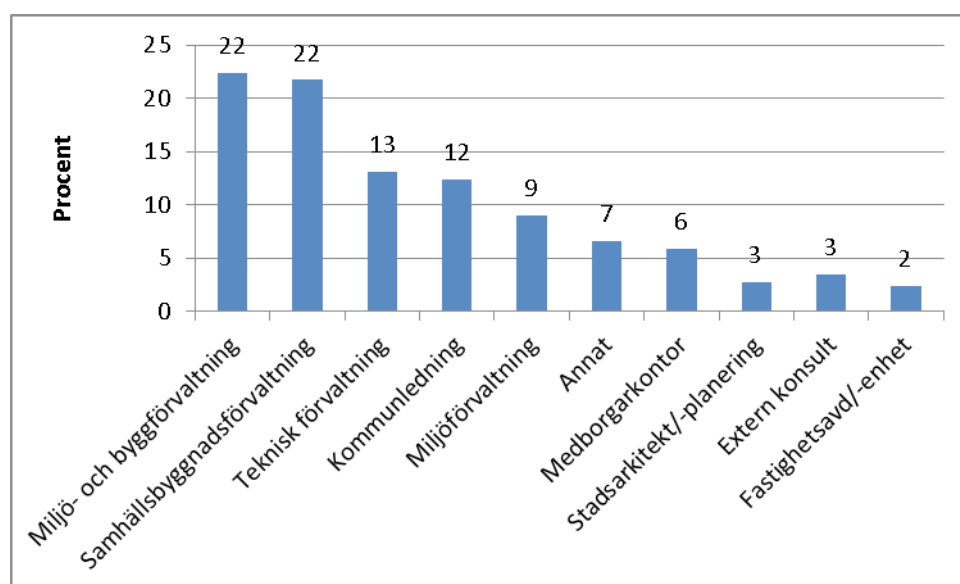
*I Västernorrland och Jämtland finns en kommun i vardera regionen som valt att samarbeta med varandra.

3.2 Anställningsformer och placering i organisationen

De kommuner som driver energi- och klimatrådgivningen i egen regi fick svara på frågan om anställningsformer för rådgivarna. 85 procent av kommunerna har tillsvidareanställt energi- och klimatrådgivaren och 15 procent av kommunerna har valt att anställa med en tidsbegränsad tjänst.

Under föregående år har den vanligaste placeringen i organisationen varit inom miljö- och byggförvaltningen eller liknande. I år är en lika stor andel energi- och klimatrådgivare placerade inom samhällsbyggnadsförvaltningar. Dessa förvaltningar har uppstått i kommuninterna omorganisationer, där kommunerna ofta har valt att renodla tillsyn (bygg, miljö) och slå ihop vissa delar av tekniska förvaltningar med stadsplanering. 12 procent av energi- och klimatrådgivare är placerade vid kommunledningen, vilket ger rådgivningen en mer strategisk roll. Andelen energi- och klimatrådgivare som är placerade i kommunledningen har ökat med en procentenhet jämfört med föregående år.

Figur 2: Placering av energi- och klimatrådgivningen inom den kommunala organisationen.

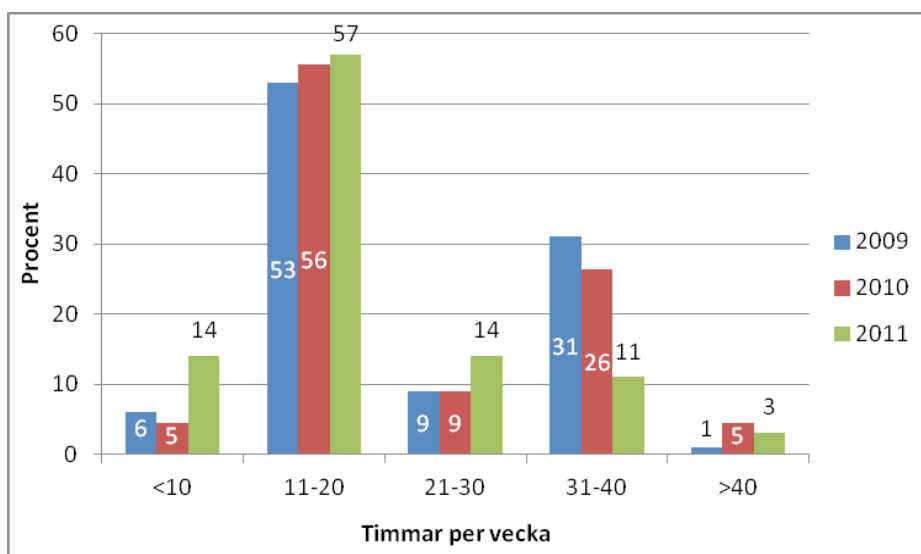


3.3 Nedlagd tid för energi- och klimatrådgivningen

Vanligast är att energi- och klimatrådgivning bedrivs på deltid, 57 procent av energi- och klimatrådgivarna jobbar mellan 25-50 procent av en heltidstjänst med rådgivningen. Detta förhållande har varit dominerande även tidigare år.

Antalet energi- och klimatrådgivare som jobbar 75 procent eller mer av en heltid har halverats jämfört med föregående år och ligger nu på 11 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 3: Antal timmar per vecka med kommunal energirådgivning.



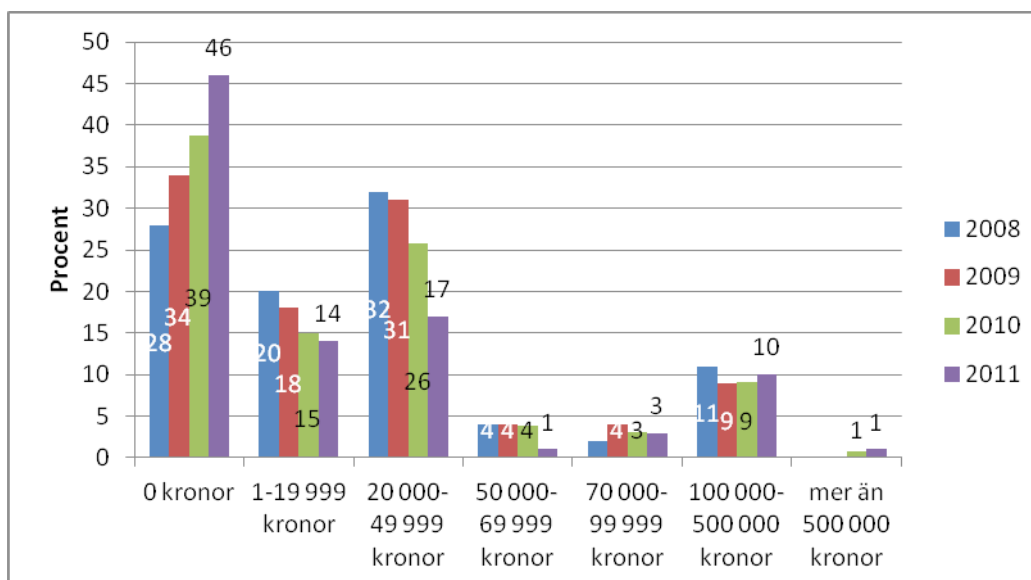
Ny för i år var frågan om hur många timmar per vecka det bedrivs energi- och klimatrådgivning totalt i kommunen. Denna fråga ställdes för att föregående fråga endast handlar om den svarandes tid som ägnas åt energi- och klimatrådgivning i en kommun, medan frågan om den totala tiden även omfattar den tid eventuella kollegor ägnar åt energi- och klimatrådgivningen i samma kommun. Svaren på denna fråga visar att det i 30 kommuner läggs mer än en heltid på energi- och klimatrådgivningen. En närmare granskning visar också att flertalet rådgivare som ansvarar för fler än en kommun gett samma svar för samtliga av sina kommuner.

3.4 Avsatta medel för energi- och klimatrådgivningen

Kommunerna får varje år ett ekonomiskt bidrag från Energimyndigheten. Dessutom satsar kommunerna i varierande utsträckning egna medel. Generellt kan sägas att utvecklingen sedan 2008 avsätter att allt färre kommuner avsätter egna medel till energi- och klimatrådgivningen. Detta beror sannolikt på att många kommuner har allt sämre ekonomiska förutsättningar.

Andelen kommuner som inte satsar några egna medel har ökat från 39 procent år 2010 till 46 procent år 2011. Bland kommunerna som tillskijuter egna medel avsätter 14 procent under 20 000 kronor till energi- och klimatrådgivningen och 17 procent mellan 20 000 och 50 000 kronor. Antalet kommuner som satsar mer än 70 000 kr upp till mer än 500 000 är oförändrat jämfört med år 2010.

Figur 4: Egna avsatta medel.



Observera att 2008 och 2009 var sista intervallet ”över 100 000”.

4 Planering och marknadsföring

En av förutsättningarna för framgångsrik energi- och klimatrådgivning är att verksamheten sker utifrån strategiska val enligt en fastställd plan. En annan förutsättning är att verksamheten stöttas 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 för sin energirådgivning samt hur energirådgivningen har marknadsförts inom den egna kommunen.

4.1 Verksamhetsplanering och ändringar

Energi- och klimatrådgivarna lämnar årligen en redogörelse över hur de avser att bedriva sin verksamhet till Energimyndigheten. Verksamhetsplanen skall lämnas in varje år senast den 31 januari för pågående verksamhetsåret. I aktivitetsrapporten (enkäten) som ska lämnas under november frågas efter hur energi- och klimatrådgivningen har hållit sig till sin plan och vilka eventuella avvikelser de gjort. För år 2011 anger 45 procent av energi- och klimatrådgivarna att de följt sin verksamhetsplan. 54 procent anger att de följt den delvis och en procent uppger att de inte följt planen. De som inte följt planen eller endast delvis fick beskriva vad de gjort istället. De kommuner som inte följt planen anger personalbyte/vakans under året eller inte någon anledning eller alternativa aktiviteter.

Kommunerna som delvis följer sin verksamhetsplan anger att ändringarna består både i att aktiviteter ställts in (34 procent), att man bytt målgrupp eller typ av aktivitet (17 procent) eller lagt till nya aktiviteter eller utökat målgrupperna (12 procent). I 34 procent av svaren är det ottydligt vad eller vilket energi- och klimatrådgivaren avser. Man har t ex endast skrivit ”föreläsning pellets”, men inte om denna aktivitet har tillkommit, ersatt en annan aktivitet eller inte genomförts jämfört med planen. I en procent av svaren ges inga uppgifter alls.

4.2 Marknadsföringsinsatser

Energi- och klimatrådgivarna ombads att uppge hur de marknadsfört sin verksamhet under år 2011. En tredjedel av energi- och klimatrådgivarna har annonserat i tidningar och en nästan lika stor andel har satsat på marknadsföring via den egna hemsidan. 20 procent har använt sig av lokala medier såsom lokalradion eller genom artiklar, insändare eller frågespalter i lokaltidningen. Nästan 15 procent har använt sig av direktutskick och fem procent har använt andra kanaler, t ex. genom deltagande på mässor, riktade mail, bloggar, affischering på olika platser eller genom sina samarbetspartners och nätverk.

4.2.1 Annonsering

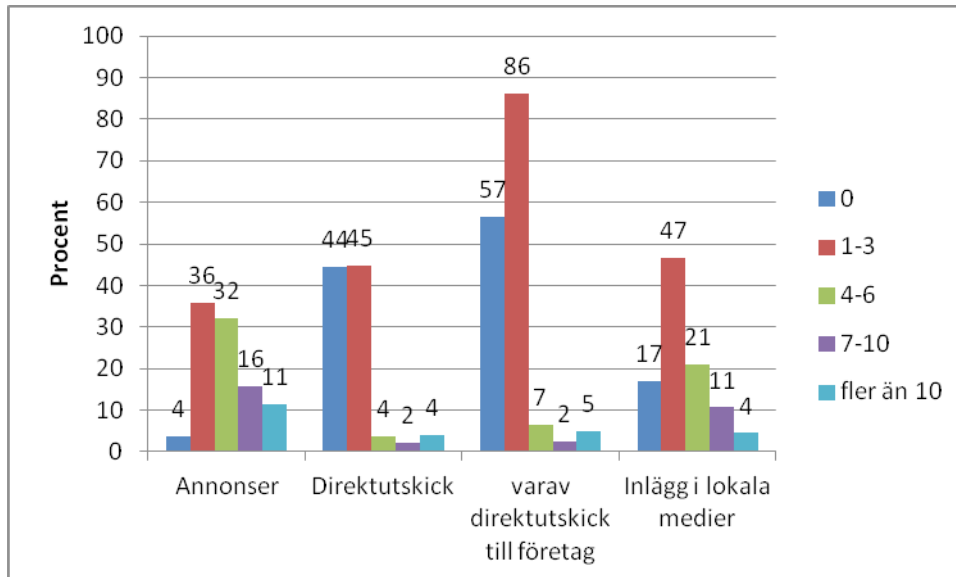
När det gäller annonser har 36 procent av energi- och klimatrådgivarna haft en till tre annonser och nästan lika många (32 procent) har annonserat fyra till sex gånger. Tio procent av kommunerna har annonserat fler än tio gånger. Annonseringen har haft en liknande fördelning som året före.

Av de 160 energi – och klimatrådgivare som använde sig av direktutskick har nära hälften använt denna kanal en till tre gånger och endast några få procent har skickat fler än detta. I 123 kommuner som använde sig av direktutskick var utskicken riktade till små- och mellanstora företag. I 86 procent av kommunerna skickade man utskick en till tre gånger. 44 procent av samtliga kommuner har inte gjort ett enda direktutskick. Antalet direktutskick har ändå ökat något jämfört med föregående år och andelen som gått till företag har också ökat.

4.2.2 Marknadsföring genom inslag i lokala medier

Nära hälften av energi- och klimatrådgivarna (47 procent) har marknadsfört sig genom inslag i lokala media² mellan en och tre gånger. 21 procent har använt denna kanal mellan fyra och sex gånger. 17 procent har inte alls marknadsfört sig på detta sätt. Jämfört med föregående år är det en ökning av antal energi- och klimatrådgivare som hittat denna kanal för sin marknadsföring.

Figur 5: Antal marknadsföringsinsatser inom respektive kanal.



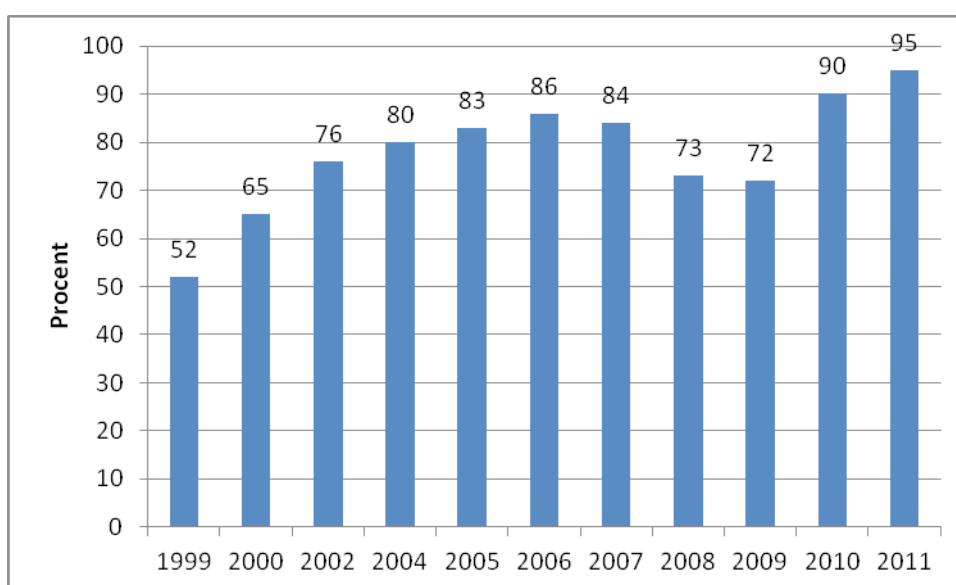
² Med inslag i lokala medier menas: artiklar (både sådana som skrivits av energi- och klimatrådgivaren och publicerats eller artiklar som skrivits av journalister om energi- och klimatrådgivningen), insändare, frågespalter i tidningar, deltagande i radio eller TV i egenskap av energi- och klimatrådgivare.

4.2.3 Marknadsföring via egen webbplats

Mellan åren 1999 och 2006 skedde en stadig ökning i andelen kommuner vars energi- och klimatrådgivning har en egen webbplats på Internet. 2006 var denna andel 86 procent. Andelen energi- och klimatrådgivningssajter minskade därefter något och 2009 uppgav 72 procent att det finns en sådan i kommunen. År 2010 vände dock utvecklingen uppåt igen och man kunde se en ökning till att 90 procent av rådgivarna uppgav att energi- och klimatrådgivningen har egna sidor på kommunens webbplats.

Denna andel har ökat ytterligare år 2011 och numera har hela 95 procent av energi- och klimatrådgivarna en egen webbplats.

Figur 6: Egen webbplats på Internet.



Nära hälften (47 procent) som driver en egen webbsida räknar inte antalet besökare till sidan. 21 procent anger att de har färre än 1000 besökare per år på sidan och 12 procent uppger att de har mellan 1000 och 5000 unika besökare. 10 procent av sajterna har fler än 100 000 besökare.

88 procent av energi- och klimatrådgivningens webbsidor länkar till Energimyndighetens sida. Detta är en liten ökning jämfört med föregående år, då 85 procent av energirådgivarnas sidor länkade till Energimyndigheten.

5 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 rådgivarnas tid fördelas mellan målgrupperna allmänheten och företagen. Dessutom redovisas vilka aktiviteter energi- och klimatrådgivarna genomfört.

5.1 Fördelning av tid

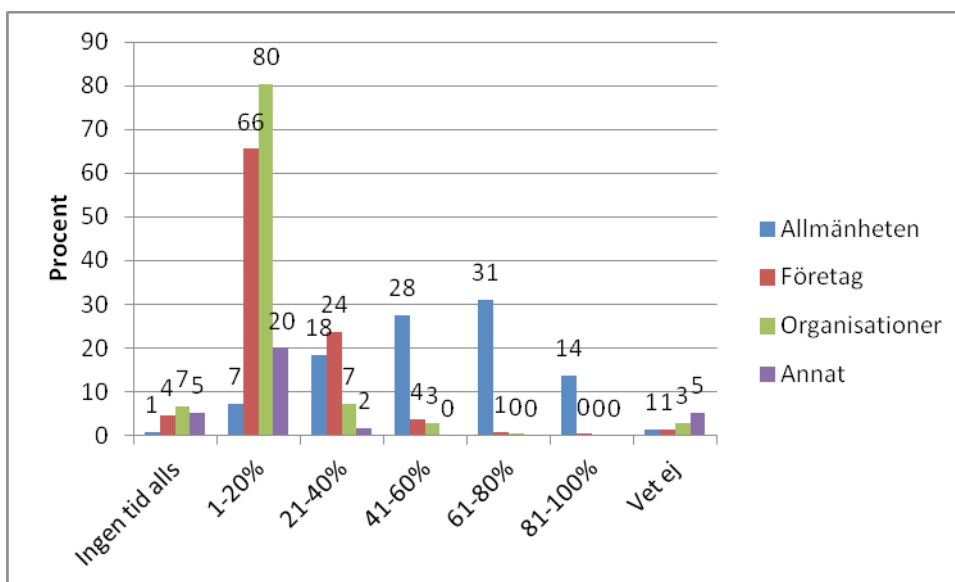
Energi- och klimatrådgivarna uppmanades att redogöra för hur (procentuellt) de fördelar sin tid mellan dels olika typer av aktiviteter och olika typer av målgrupper.

Energi- och klimatrådgivningen vänder sig till tre målgrupper:

- Allmänheten,
- Organisationer
- Små- och medelstora företag.

Rådgivarna hade också möjlighet att välja svarsalternativet ”annat” och fick då ange vilken målgrupp som avsågs. Fördelningen av svaren redovisas i bild 7:

Figur 7: Av din tjänst, ungefär hur stor del av din tid (i procent) ägnas åt olika målgrupper?



Bland målgruppen annat nämns huvudsakligen skolor (64 procent, 38 kommuner) och kommuninternt arbete (12 procent, 7 kommuner). Fördelningen liknar i stort sett den från föregående år, men gruppen som svarar ”ingen tid alls” för vissa målgrupper har vuxit.

På frågan om hur energi- och klimatrådgivarna fördelar sin tid på olika typer av aktiviteter ser fördelningen ut som i tabell 2.

Tabell 2: Fördelning av tid på olika typer av aktiviteter . Tabellen läses på följande vis; 33 procent av energi- och klimatrådgivarna lägger mellan 21-40 % av sin arbetstid på telefonrådgivning.

	Ingen tid alls	1-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%	Ingen uppfattning /vet ej
Rådgivning via telefon och mail	4	26	33	20	13	2	1
Arrangera egna aktiviteter	2	68	23	4	1	0	2
Deltagande i regionala projekt	7	81	9	0	0	0	3
Deltagande i mässor/konferenser	4	88	6	0	0	0	2
Mediekontakter	7	88	2	0	0	0	3
Egna webbplatsen	13	80	4	0	0	0	3
Nätverkskontakter	1	83	11	2	0	0	2
Besök på företag	16	71	11	0	0	0	2
Administration	2	79	16	1	0	0	1
Annat	6	8	5	1	2	0	8

Jämfört med föregående år fördelar energi- och klimatrådgivarna sin tid ganska jämt mellan deltagande i mässor, mediekontakter, den egna webbplatsen och nätverkskontakter. Besök på företag, administrativa uppgifter och att arrangera egna aktiviteter tar också en stor del av tiden. Jämfört med förra året anger 4 procent att de inte lägger någon tid alls längre på rådgivning via telefon eller mail – vilket var noll procent tidigare år. Men fortfarande är det 15 procent av rådgivarna som lägger mer än 60 procent av sin tid på telefonrådgivning och över hälften av rådgivarna lägger upp till 40 procent vid denna aktivitet. Denna nivå är relativt konstant jämfört med de föregående åren sedan 2005.

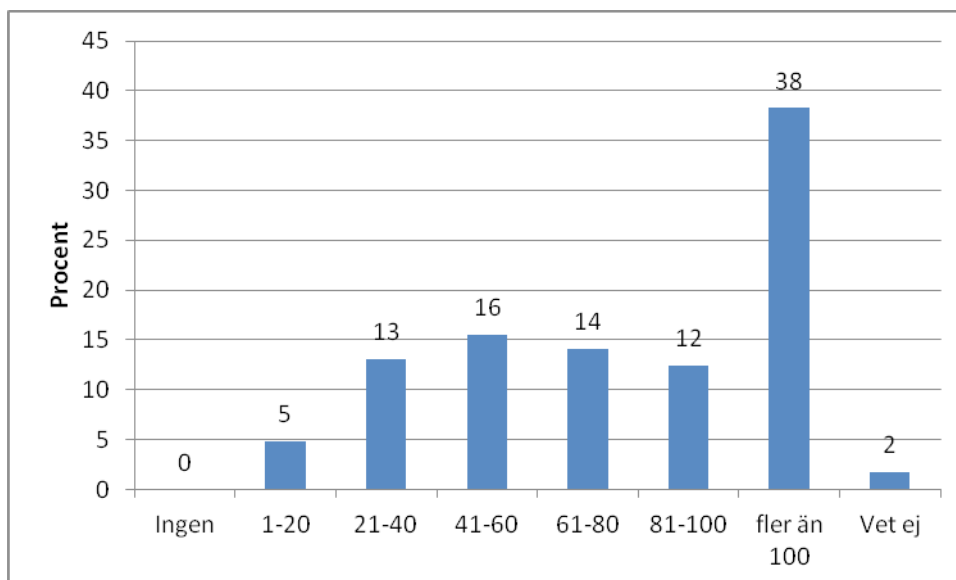
Företagen är numera en etablerad målgrupp för energi- och klimatrådgivningen. Trots det ägnar 45 kommuner ingen tid alls åt aktiviteter mot denna målgrupp. Större delen av kommunerna (200 kommuner) lägger dock upp till 20 procent av sin tid aktiviteter riktade till företag.

I enkäten fanns inte någon fråga om rådfrågande som sökt upp energi- och klimatrådgivningen vid deras arbetsplats. En del rådgivare har angett detta under ”annat”. Andra aktiviteter som nämns under annat är kompetensutveckling eller att man flyttat ut rådgivningen till andra platser än den vanliga arbetsplatsen och man inte ansett att detta kan falla under t ex utställningar eller om en förläggning av rådgivningen på andra platser än det egna kontoret överhuvudtaget kan anses som aktivitet.

Om fokus läggs på varifrån telefonsamtalen kommer, svarar 68 procent av energi- och klimatrådgivarna att mellan 75 och 100 procent av de inkommande samtalen kommer från allmänheten. Upp till 25 procent av samtalen och mailen kommer från företag och organisationer svarar nära 90 procent av energi- och klimatrådgivarna.

Telefonsamtalen har alltid varit en viktig aktivitet för energi- och klimatrådgivningen. Ändå verkar denna aktivitet minska, vilket även fördelningen av tiden antyder. Endast 38 procent av kommunerna får fler än 100 samtal på ett år.

Figur 8: Antalet rådfrågningar energi- och klimatrådgivningen fått under 2011 i samband med telefon och mail eller besök på arbetsplatsen.



5.2 De vanligaste frågorna

För att få fram vilka som de vanligaste frågorna energi- och klimatrådgivarna får besvara, ombads de att rangordna de tio vanligaste frågorna en helt vanlig dag. Det fanns 31 svarsalternativ att välja mellan. Respondenterna fick fördela mellan 1 och 10 poäng för de tio vanligaste ämnen, varav det vanligaste ämnet fick högst poängantal. För varje ämne har summan av poängtalerna beräknats. Vi har därigenom fått en rangordning enligt följande:

Tabell 3: Vanligaste energifrågorna (förra årets placering inom parentes).

Placering 2011	Placering 2010	Ämne	Placering 2011	Placering 2010	Ämne
1	(7)	Isolering	17	(8*)	Vedeldning (panna, ackumulering)
2	(10)	Solvärme	18	(9)	Fjärrvärme
3	(11)	Fönster	19	(ny)	Företag allmänt
4	(3)	Energibidrag	20	(6)	Annat/övrigt
5	(ny)	Konvertering av värme-system	21	(ny)	Vindel
6	(1)	Värmepumpar	22	(16)	Miljö och klimatråd
7	(5)	Elavtal/fakturor mm	23	(19)	Styr- och reglerutrustning
8	(2)	Allmänna energisparråd/hushållsel	24	(13)	Allmänna transportråd
9	(4)	Elvärme/direktel	25	(22)	Elsnåla vitvaror
10	(ny)	Bygga nytt/köpa/ renovera hus	26	(ny)	Företag – Belysning
11	(21)	Ventilation	27	(ny)	Företag – styr- och regler
12	(23)	Pellets	28	(ny)	Företag - Tryckluft
13	(8*)	Braskaminer	29	(ny)	Företag – pumpar och fläktar
14	(ny)	Solel	30	(ny)	Val av bil
15	(20)	Energideklarationer	31	(6)	Företag – Effektvakter
16	(14)	Belysning			

*År 2010 frågades endast efter vedeldning, medan det i år har delats upp i vedeldning i pannor (huvudsaklig uppvärmning) och vedeldning för komplettering i braskaminer.

Som tabellen visar har de tre vanligaste ämnena från i fjol placerats längre ner till förmån något annorlunda frågeställningar – istället för att för att ändra sin uppvärmning intresserar energirådgivarnas kunder sig för ämnen som tilläggsisolering, fönster och solvärme. Det kan finnas ett samband med att det inte längre finns bidrag för konverteringar, men däremot för arbeten som kräver mer hantverkstid och därmed lämpar sig för ROT-avdraget.

Frågor om konvertering av värmesystem och värmepumpar är dock alltså populära, vilket visar sig genom att dessa ämnen har fått flest antal 10 poäng. Ny för i år är frågor om energieffektivt byggande. Pellets och ventilation är frågor som återigen har blivit populära. Svarsalternativet ”annat” handlar om inomhusklimat och termografering, det vill säga ämnen som möjligtvis skulle kunna tillordnas ventilation och isolering.

Frågor som rör transportområdet har minskat jämfört med år 2010.

Tabellen visar inte minst vilken otrolig kunskap och kunskapsbredd energi- och klimatrådgivarna förväntas representera!

5.3 Informationsaktiviteter

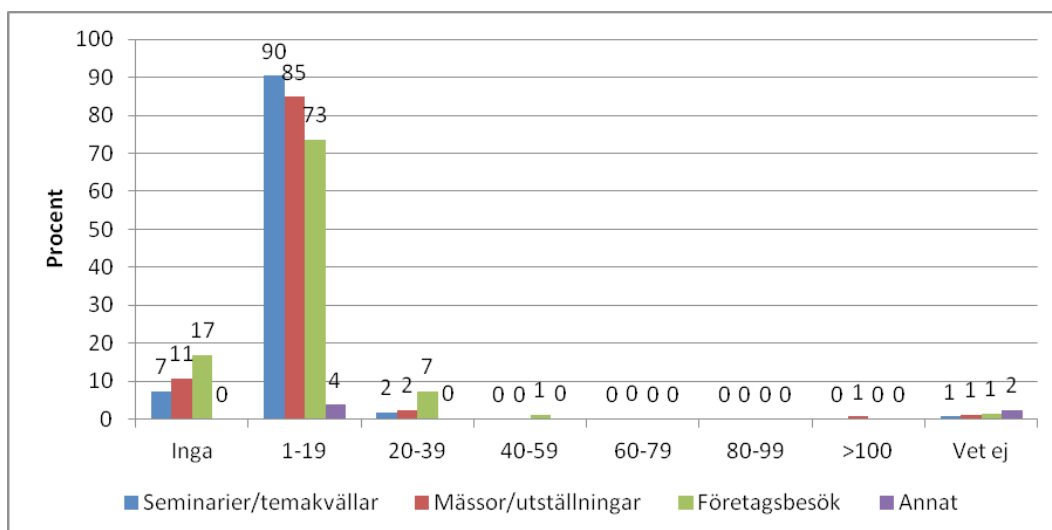
Energi- och klimatrådgivarna uppmanades att nedteckna vilka informationsaktiviteter de genomfört inom ramen för rådgivningen under året. För varje aktivitet skulle även anges antal deltagare, ämne och målgrupp.

Vanliga aktiviteter som anordnas inom ramen för energi- och klimatrådgivningen är seminarier, temakvällar, lunch- och frukostmöten och liknande som arrangeras för en speciell grupp vid ett eller flera tillfällen. Mässor, utställningar, deltagande i marknader och öppet hus- arrangemang är ett annat aktivitetsområde, där dock rådgivaren inte alltid har möjlighet att styra vilken målgrupp denna möter och där besökarna inte alltid är primärt intresserat av energi- och klimatinformation. Vid sådana aktiviteter är det svårare att uppskatta hur många personer man fått kontakt med och vilken information som ”fastnat”.

Ett annat aktivitetsområde är företagsbesöken, vilket är en uppsökande verksamhet som kan kräva en del engagemang för att få till.

Nio av tio kommuner har under året genomfört mellan 1 och 19 seminarier och mässor/utställningar. Sju av tio har genomfört lika många företagsbesök. I väldigt få kommuner har man dock genomfört mer än 20 aktiviteter, bild 9.

Figur 9: Fördelning av svaren på frågan om hur många aktiviteter av en viss typ som genomförts under år 2011.



Sammanlagt redovisar energi- och klimatrådgivarna att de har genomfört ca 2150 aktiviteter under år 2011. År 2010 redovisades enbart 1420 aktiviteter, det vill säga det har skett en ökning med 52 procent! Bland dessa aktiviteter redovisades 2011 670 mässor/utställningar och 676 temakvällar/seminarier där man kunde ange antal deltagare/besökare med runt 720 000 besökare på mässor (ej specifik rådsökande för energi- och klimatrådgivningen) och cirka 28 000 deltagare vid föredrag/seminarier.

Tio kommuner redovisar inga aktiviteter alls – i några av dessa var tjänsten vakant eller rådgivningen utfördes på mindre än en halvtidstjänst. Samma kommuner kan dock ofta redovisa ett betydande antal telefonsamtal.

I 55 kommuner har man genomfört mellan en och tre aktiviteter. I dessa finns det oftast inget samband mellan antal aktiviteter, antal telefonsamtal eller nedlagd tid på energi- och klimatrådgivningen.

I 77 kommuner har man genomfört fler än tio och upp till 95 aktiviteter, i 51 av dessa kommuner har man dessutom svarat på över 100 telefonsamtal och i ytterligare 13 kommuner har man haft mellan 60 och 100 telefonsamtal.

Aktivitetserna har riktats mot en eller flera målgrupper. Allmänheten var målgrupp för 47 % av aktiviteterna och den målgruppen i vissa fall specificerats i undergrupper, t ex småbarnsföräldrar, villaägare mm. Oftast var aktiviteter mot allmänheten i form av mässdeltagande, utställningar. Där man angett mer specifika grupper har det oftast handlat om temakvällar och liknande.

20 procent av aktiviteterna riktade sig direkt mot företag och där föredrogs aktivitetsformer som frukost- och lunchträffar, men även mässor och utställningar.

Tio procent av aktiviteterna riktade sig till organisationer, och vanligast förekommande är bostadsrättsföreningar. Här har man har deltagit på årsmöten (oftast i egenskap av talare efter förhandlingarna) i idrottsföreningar och liknande.

Vissa energi- och klimatrådgivare arbetar en hel del med skolorna, sådana aktiviteter utgjorde 7 procent. Även politikermöten inom den egna eller regionens organisation utgjorde i storleksordning 3 procent av alla aktiviteter. Politikerträffarna handlade ofta om att presentera den egna verksamheten.

Ämnena för aktiviteterna var i de flesta fall allmänna energisparråd (65 procent). I detta ingår även aktiviteter runt ”Earth hour³” och skolaktiviteter som tävlingen ”Energispaningen⁴”. Transporter var ämnet i tio procent av aktiviteterna – oftast i form av deltagande i det EU-gemensamma evenemanget ”I stan utan min bil”/ Trafikantveckan⁵ och utställningar där man visade eco-driving.

Belysning var ett ämne som man höll renodlade aktiviteter om i sju procent av aktiviteterna, övriga ämnen som värmepumpar, biobränsle, solenergi, energieffektivt byggande, uppvärmning, småskalig elproduktion och isolering hölls det renodlade aktiviteter i något enstaka procent för varje ämne.

Energi- och klimatrådgivarna uppger att de vid aktiviteter som föredrag/seminarier och liknande får fördjupande samtal och/eller uppföljande kontakter eller rådfrågningar i 87 procent av fallen. Något fler än hälften av rådgivarna uppger att de får mellan en och tjugo uppföljande kontakter. 16 procent av rådgivarna anger att de får upp till 40 kontakter.

Typer av aktiviteter som redovisas följer mönstret över hur energi- och klimatrådgivarna fördelar sin tid, 40 procent vardera ägnas åt deltagande som utställare på mässor och att arrangera egna utställningar på marknader, bibliotek, vid varuhus och köpcentra och åt att arrangera och genomföra seminarier, föreläsningar, temakvällar och dylikt. Resterande 20 procent fördelas på skolaktiviteter (7 procent), att göra inslag i media (radio, lokala tidningar och TV) (3 procent) och enstaka procent på att ta fram tryckt material (annonser, broschyrer), ägna sig åt information på Internet i form av den egna webbsidan eller bloggar, utvärdering och kompetensutveckling.

³ **Earth Hour** är en internationell kampanj som ber hushåll och företag att under en timme i första hand släcka sina lampor och stänga av sina icke-nödvändiga elektriska apparater för att uppmärksamma klimatfrågan. Kampanjen sker årligen under den sista lördagen i mars.

⁴ **Energispaningen** är en tävling som initierades av energikontoret Hållbar Utveckling Väst. Tävlingen riktar sig till årskurs 3-4 och 5-6. Genom sitt tävlingsbidrag visar klasserna sina energikunskaper och tankar och idéer om hur vi kan leva energismartare i framtiden.

⁵ **Den Europeiska Trafikantveckan** är en upplysningskampanj som äger rum 16–22 september varje år. Kampanjen går ut på att motivera medborgarna att cykla, gå och använda kollektivtrafik i så stor utsträckning som möjligt, samt att uppmuntra de europeiska städerna att, på olika sätt, underlätta för invånarna att använda dessa alternativ.

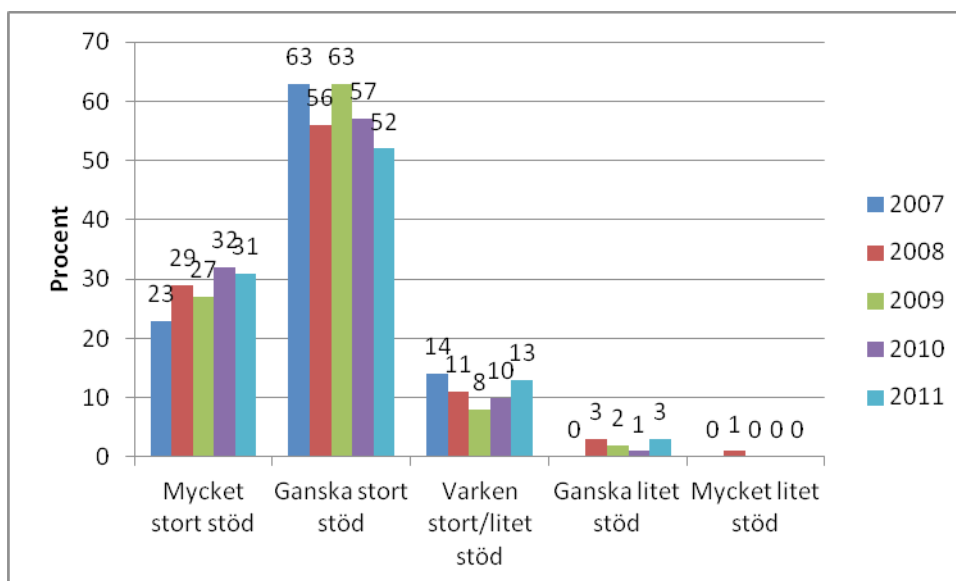
6 Kontakter med olika aktörer

Den kommunala energirådgivningen samverkar med en rad olika aktörer. Som exempel nämns 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.

6.1 Kontakter med Energimyndigheten

Åtta av tio energi- och klimatrådgivare kommuner upplever att de får ett ganska eller mycket stort stöd från Energimyndigheten. Detta är en viss minskning jämfört med mätningen förra året, då nio av tio upplevde att de fick stort eller mycket stort stöd. Figur 10 nedan illustrerar hur utvecklingen sett ut i frågan de senaste åren. Andelen som anser varken eller har också ökat, liksom de som upplever att de fick ganska litet stöd. Liksom förra året upplever ingen av kommunerna att stödet från Energimyndigheten är mycket litet.

Figur 10: Stöd från Energimyndigheten.



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

Till skillnad från förra året finns det ett antal rådgivare som i år påpekar resursbrist:

”Arbeta för att energi- och klimatrådgivarna får mer tid och medel för att bedriva energi- och klimatrådgivning. Medlen täcker inte en halvtidstjänst, än mindre de aktiviteter som förväntas göras.”

”Vårt arbetsområde utökas (transporter) och målgrupperna blir fler (företag), men mer tid och medel avsätts inte. Dessutom ökar kraven på redovisning och uppföljning, vilket gör att tiden för rådgivning och aktiviteter krymper ytterligare.”

”Vi får höra årligen på Kraftsamlingen hur bra vi utför vårt arbete, vilken stor nytta vi gör osv, samtidigt ökas inte bidraget för att täcka ökade kostnader och löneökningar.”

De huvudsakliga förbättringsområdena är marknadsföring och gemensam dialog samt start för det planerade intra-/extranätet för energi- och klimatrådgivare. Framförallt ser man gärna en satsning på en nationell reklamkampanj för att marknadsföra verksamheten och hjälp med omvärldsbevakning.

”Bra och gärna rolig TV-reklam ”

”Mera ”allmän” marknadsföring av Energi- och klimatrådgivarna i Sverige.”

”Hjälpa till med mediebevakning, när det kommer nyheter, regler och lagar mm inom våra områden och meddela oss detta. Det är väldigt tidsödande för den enskilde att hålla sig uppdaterad på egen hand.”

Önskemål om mer utbildning och utökat stöd i form av informations-/undervisningsmaterial och tester har minskat i antal jämfört med föregående år. Återigen efterlyser dock många energi- och klimatrådgivare större tillgänglighet hos Energimyndighetens handläggare.

Tydligt är också att många energi- och klimatrådgivare är nöjda med det befintliga stödet från myndigheten.

”Jag tycker att det utvecklats oerhört positivt under de senaste åren. Det enda jag känner är nästan en (positiv) stress över att hinna åka på alla utbildningar samt ta del av allt bra informationsmaterial som Energimyndigheten arrangerar/publicerar och sedermera omsätta detta ute i den praktiska verksamheten.”

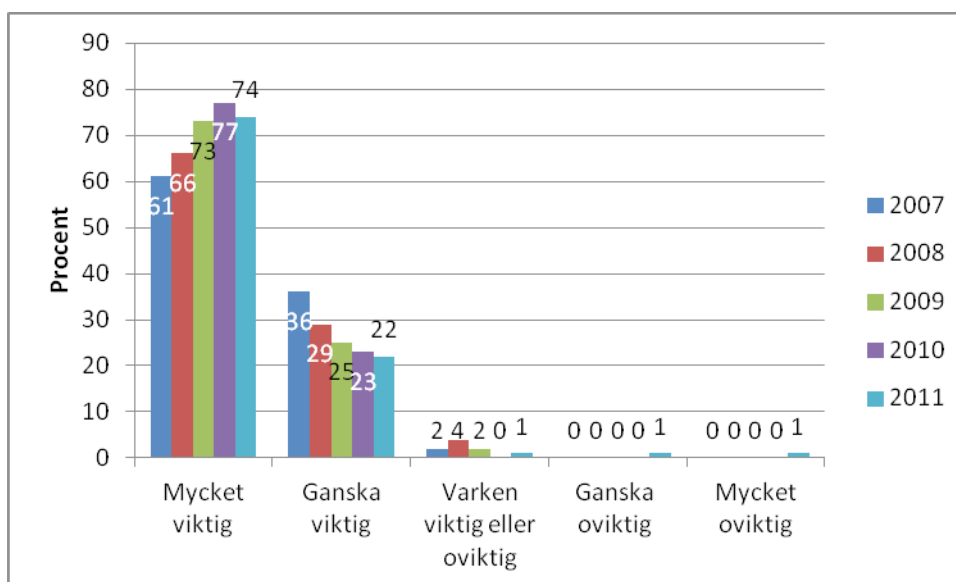
6.1.1 Energimyndighetens informationsmaterial

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 2011 uppger 74 procent att Energimyndighetens informationsmaterial är mycket viktigt för deras arbete som energi- och klimatrådgivare. Detta motsvarar en marginell minskning jämfört med år 2010, ner till 2009 års nivå.

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

Figur 11: Energimyndighetens informationsmaterial.



Att Energimyndighetens informationsmaterial är uppskattat råder det med andra ord inga tvivel om. Framtagandet av mer informationsmaterial är också som vi kunde konstatera ovan ett av de vanligaste förbättringsförslagen på hur stödet kan bli ännu bättre från Energimyndigheten.

I enkäten ombeds de kommunala energi- och klimatrådgivarna att beskriva vilket material i form av trycksaker och broschyrer som är önskvärt att Energimyndigheten tar fram. Ungefär hälften av energi- och klimatrådgivarna har lämnat förslag. Av önskemålen är vissa förhållandevis detaljerade, medan de flesta handlar om teman eller områden. Transporter och deras samband med klimatpåverkan är ett område där behovet av material ofta nämns, liksom belysning, ventilation⁶ och värme. Ny för i år är önskemål om informationsmaterial om småskalig elproduktion: solceller, små vindkraftverk samt om småskalig biogasproduktion. Några efterlyser även material för att marknadsföra sin verksamhet. Man önskar även uppdatering av en del befintligt material, såsom pelletsbroschyren och vedeldning - och ackumuleringsteknik.

Urval av exempel;

”En skrift om framtida energikostnader i samhället/energiscenarior. Många andra länder har (England, Tyskland, USA) har dokument som beskriver energiutvecklingen framöver. Detta saknas i Sverige och är en viktig del för att kommunicera vikten av energieffektivisering.”

”Enkla kalkylunderlag till kund som skall välja energislag för uppvärmning”

”Aktuella området värmepumpar i komb. med solvärme.”

”Transporter och klimatpåverkan riktad till allmänheten.”

”En bättre skrift/reklamblad om vad energi- och klimatrådgivning är”

”Energieffektiva lantbruk - broschyr behövs”

”En kortfattad skrift som passar för lägenhetshushåll, liknande den blå A5-foldern som hette ”Spara energi i ditt boende”.”

”Information som lyfter fram prestandan på det vattenburna systemets betydelse för optimala driftförutsättningar för värmepump. Har stött på många problem som troligtvis består i dålig injustering, liten systemvolym etc. Men det är svårt att få fram bra info om detta.”

Samtliga öppna svar redovisas i bilaga 2.

6.1.2 Energimyndighetens webbplats

En av kontaktvägarna för energirådgivarna är Energimyndighetens webbplats. I 2011 års utvärdering av den kommunala energi- och klimatrådgivningen ställdes frågorna om rådgivarna 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.

⁶ Ny broschyr om ventilation utkom under år 2011.

Gällande frågan om man saknade någon information på Energimyndighetens webbplats svarade 41 procent att de inte saknade någon information. Detta är en förbättring jämfört med föregående år, då andelen var 56 procent. 26 procent svarade att de saknar information och denna andel är oförändrat jämfört med föregående år. Resterande 34 procent valde att inte ta ställning i frågan. Bland de kommuner som valt att ej ta ställning i frågan är motsvarar fördelningen av tjänsteåldern den för hela gruppen, det vill säga det är inte så att det är främst nya energi- och klimatrådgivare som inte tagit ställning.

Energi- och klimatrådgivarna har en del önskemål om hur Energimyndigheten kan förbättra sin webbplats. Liksom föregående år upplever ett flertal energi- och klimatrådgivare att webbplatsen är svåröverskådlig och att det är svårt att hitta på sidan för deras kunder. Man efterlyser en bättre sökfunktion, en samlad sida för samtliga broschyrer och en enklare funktion för besökarna att hitta till kommunlänkar till energi- och klimatrådgivningen. Som nämnts tidigare i texten efterfrågar många ett slags intranät, dvs ett eget forum för de kommunala energi- och klimatrådgivarna. Några exempel:

”Detaljerad men lättillgänglig information om energimärkning- tabell över de olika energikraven för olika produktgrupper (om ett kylskåp är klassat enligt A++- hur mycket drar det per år?)”

”Elradiatorer och myter kring oljefyllda element”

”Tydligare länk för allmänheten till oss energi- och klimatrådgivare och var vi kan nås.”

”Lite mer information Om Nya PBL och när bygglovs krävs för olika energi-besparande åtgärder”

”Hemsidan är annars mycket bra o känns aktuell- vilket är oerhört viktigt.”

”Lite hur man bör klimatvärdera olika energislag- transporter med mera. Detta för att få en tydligare klimatprofil på rådgivningen”

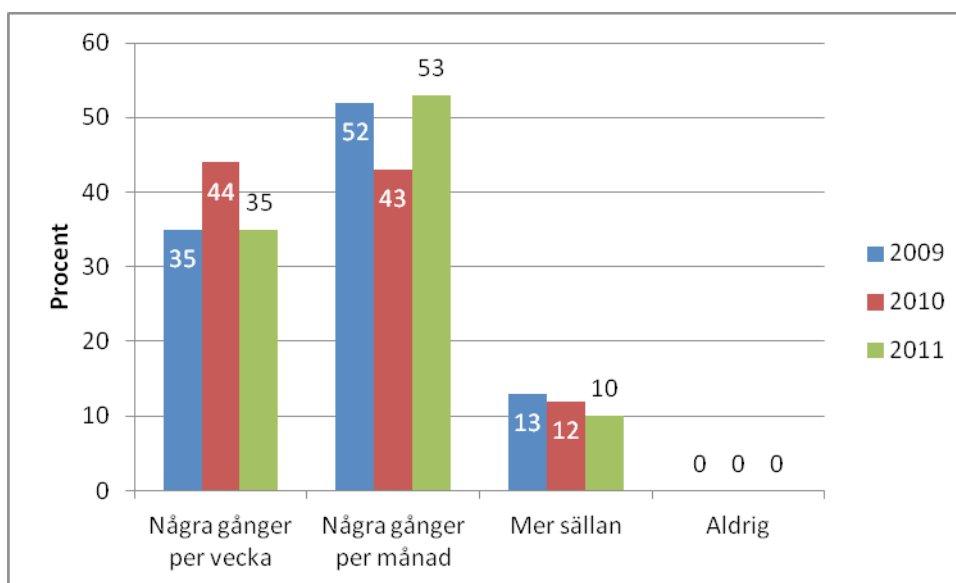
”När det är ekonomiskt motiverat att välja en dieselbil framför en bensin-driven dito. Break even”

Samtliga öppna svar redovisas i bilaga 2.

Något mer än en tredjedel av rådgivarna, 35 procent, uppger att de hänvisar till Energimyndighetens webbplats några gånger per vecka. År 2010 var siffran 44 procent.

Drygt hälften av rådgivarna, 53 procent, uppger att de hänvisar till webbplatsen några gånger per månad, vilket är en ökning med tio procentenheter. Resultatet visar även att inte en enda uppger att man aldrig hänvisar till webbplatsen.

Figur 12: Hur ofta hänvisar du till Energimyndighetens webbplats?

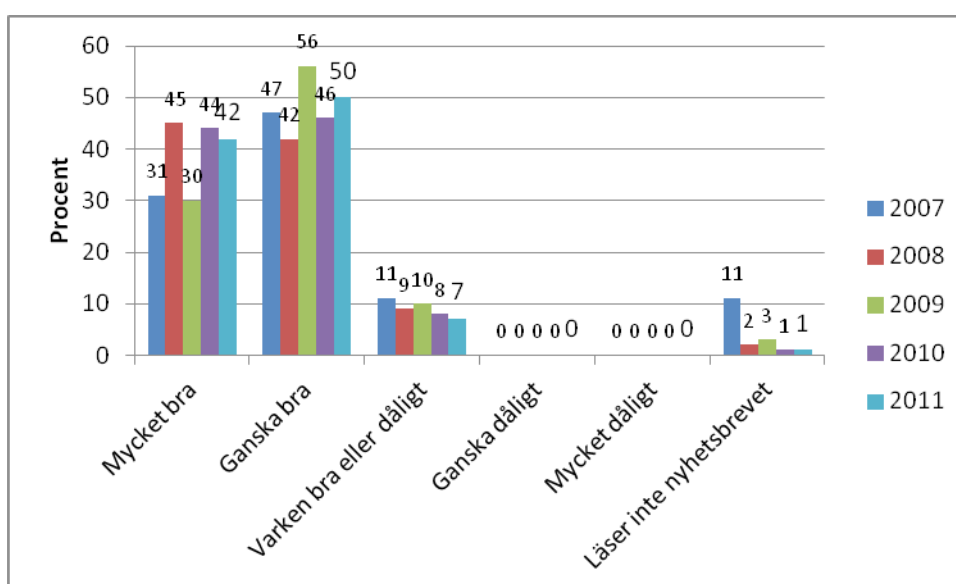


6.1.3 Energimyndighetens nyhetsbrev

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 85 procent uppger att de läser varje nyhetsbrev, varav 34 procent läser varje notis.

År 2011 anser över 92 procent att myndighetens elektroniska nyhetsbrev som informationskälla fungerar mycket eller ganska bra, detta är en marginell ökning jämfört med 2010 (90 procent).

Figur 13: Omdöme om Energimyndighetens elektroniska nyhetsbrev.



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 information om sådant som är på gång inom bl.a. bidrag, regler och ny teknik, så att man kan ligga ”steget före” kommuninvånarna. På så vis uppfyller nyhetsbrevet en viktig funktion för omvärldsbevakning som berör energi och klimatrådgivarna. Bland de förslag som nämns dominerar liksom förra året efterfrågan på goda exempel, gärna lokala. Några exempel på förslag:

”Aktuella saker, både i stort och smått, för oss rådgivare och i allmänhet. Det kan vara sånt som händer i världen, nya regler och inte minst aktuella aktiviteter för oss rådgivare. Sen är det naturligtvis också bra att det fungerar som påminnelse för ex. enkäter av innevarande typ som jag fyller i just nu.”

”Aktuellt om biobränsle, solceller, solvärme. Nyheter på transportsidan. Nya broschyrer som kommer ut som energimyndigheten har.”

”Bra innehåll idag, men skulle vara roligt med ett ”hemma-hos”-reportage hos en energi- och klimatrådgivare i varje nr som inspiration.”

”Information om ändringar på marknaden eller politiskt, så man hela tiden har tillgång till färsk information och därmed kan motarbeta att myter uppstår. Gärna information om ny teknik, eller ny information om gammal teknik. Tester och jämförelser av olika slag. Information om huruvida olika produkter lever upp till den nya energimärkningen eller ej.”

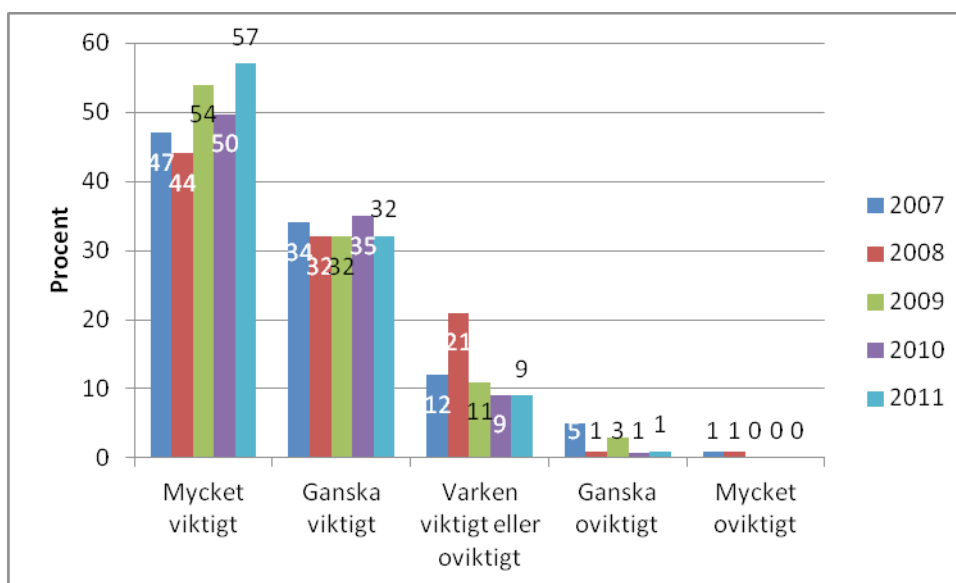
Samtliga öppna svar redovisas i bilaga 2.

6.1.4 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 komma till tals 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 Kraftsamling är ett evenemang som värderas högt. År 2011 anser närmare 9 av 10 energi- och klimatrådgivare (89 procent) att konferensen är mycket eller ganska viktig. Diagrammet nedan visar resultatet på denna fråga sedan 2007.

Figur 14: Konferensen "Kraftsamling".



6.2 Kontakter med regionala energikontor

I princip har samtliga kommunala energi- och klimatrådgivare kontakt med något regionalt energikontor. I Halland finns inget energikontor för närvarande och där vänder man sig till energikontoret i Skåne. Kontakterna består framförallt av nätverksträffar, e-postkorrespondens eller telefonsamtal, samt även deltagande i utbildningar. 184 kommuner har varit med och arrangerat aktiviteter tillsammans med sitt energikontor. Deltagandet i de regionala energikontorens utbildningar har minskat något jämfört med 2010, från 83 till 70 procent.

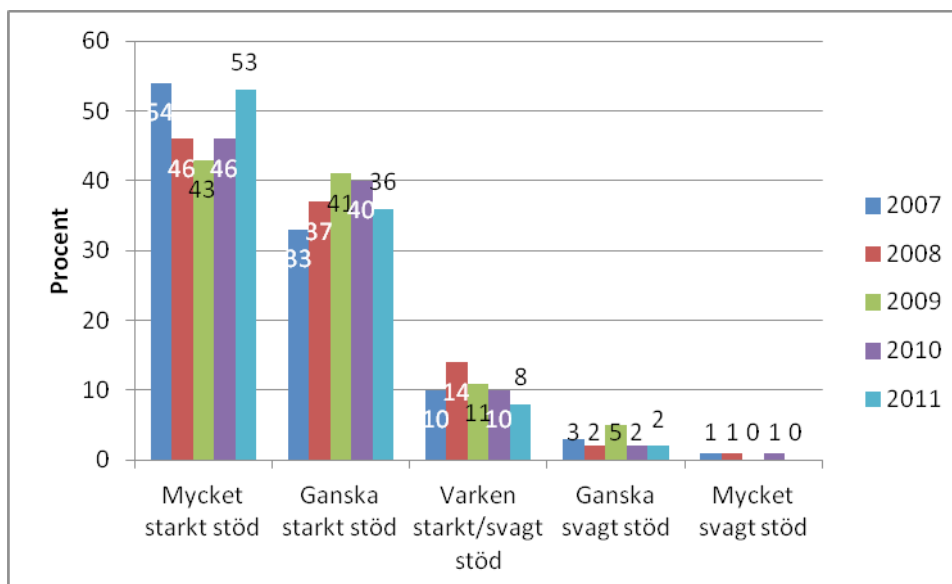
Tabell 4: Typ av kontakt med regionalt energikontor.

	Antal	Procent av kommunerna
Deltagit i nätverksträffar eller liknande	272	94
Kontakt via e-post eller telefon	272	94
Deltagit i utbildningar	202	70
Varit med och arrangerat aktiviteter tillsammans med det regionala energikontoret	184	63
Annat	23	8

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

Flertalet energi- och klimatrådgivare känner att de har ett starkt stöd från de regionala energikontoren – nästan nio av 10 (89 procent) energi- och klimatrådgivare tycker att stödet från energikontoret är mycket eller ganska starkt

Figur 15: Stöd från det regionala energikontoret (procent).



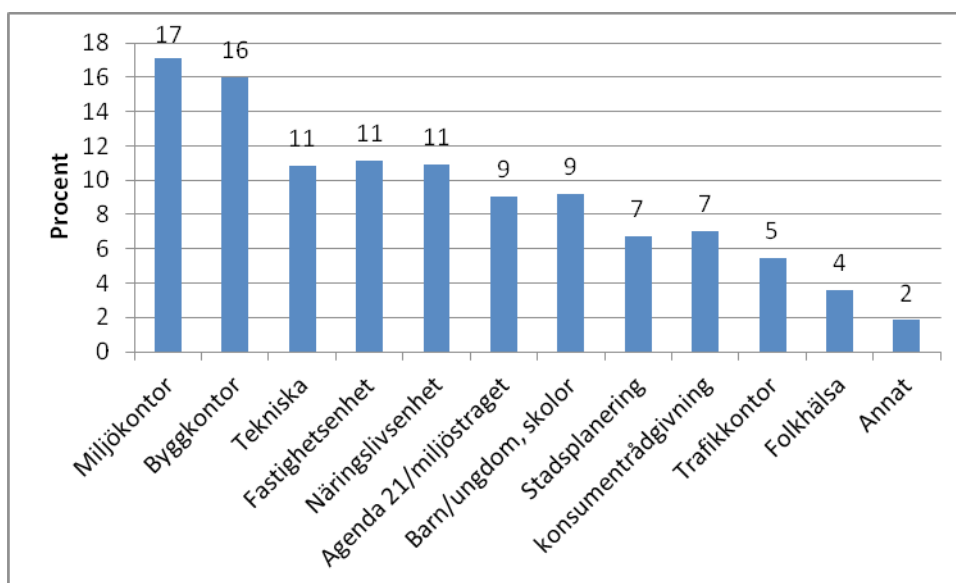
6.3 Samarbeten inom den egna kommunorganisationen och externt

Utöver samarbete med de regionala energikontoren bedriver de kommunala energi- och klimatrådgivarna även samarbeten med ett antal andra aktörer. Dessa arbetar med frågor som helt eller delvis har energiaspekter och med vars hjälp det är lättare att nå vissa målgrupper. Dessa samarbetspartners kan finnas i den egna organisationen. En del energi- och klimatrådgivare jobbar t.ex. ihop med stadsplanering och bygglovshandläggare och ger via dessa riktade råd till medborgarna som finns i tomtkön med mera. Även skolorganisationen kan vara en viktig partner.

Utanför den egna organisationen kan kontakter med lokala hantverkare, organisationer som studieförbund och företagare vara värdefulla.

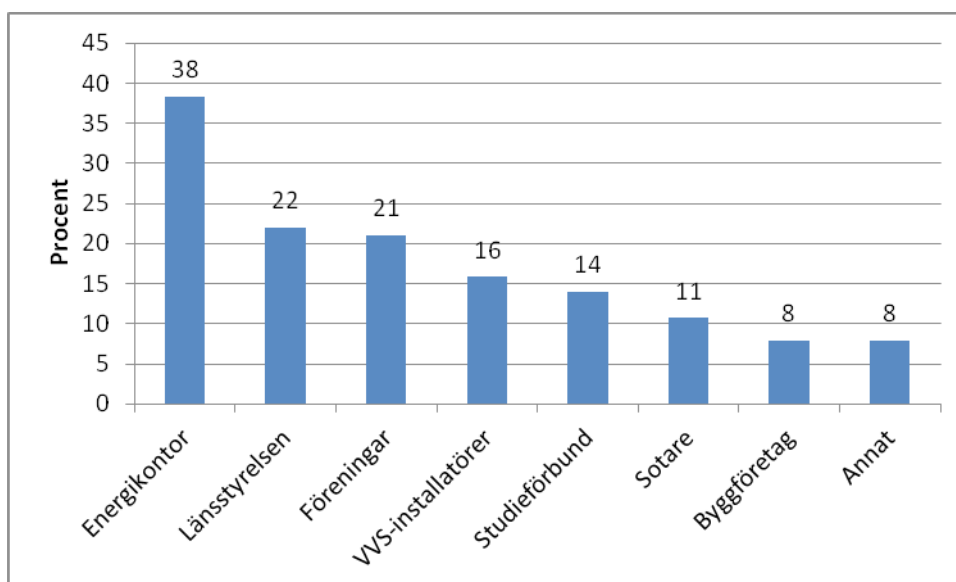
Det är vanligast att energi- och klimatrådgivarna samverkar med personal från miljö- och/eller byggkontoret. Det är också där många energi- och klimatrådgivare är placerade. Även samarbeten med tekniska förvaltningen och fastighetsenheten (som ofta är den del av den tekniska förvaltningen) samt miljöstrategen och skolorna är vanliga. I gruppen annat ingår bl.a. kommunledningen, kultur och fritid, biblioteken och kommunala bolag t.ex. bostadsbolag och energibolag.

Figur 16: Samarbetspartners i den kommunala organisationen.



Bland de externa⁷ aktörerna nämns oftast de regionala energikontoren (38 procent) samt länsstyrelser och föreningar. VVS-installatörer och studieförbund nämns i mindre utsträckning (16 respektive 14 procent av svaren). I kategorin annat ingår andra energi- och klimatrådgivare och kommuner, energibolag, andra hantverksföretag inom byggbranschen, lokala näringslivsföreningar, fastighetsägare med mera.

Figur 17: Samarbetspartners utanför den kommunala organisationen.



⁷ Med extern menas aktörer utanför den kommunala organisationen

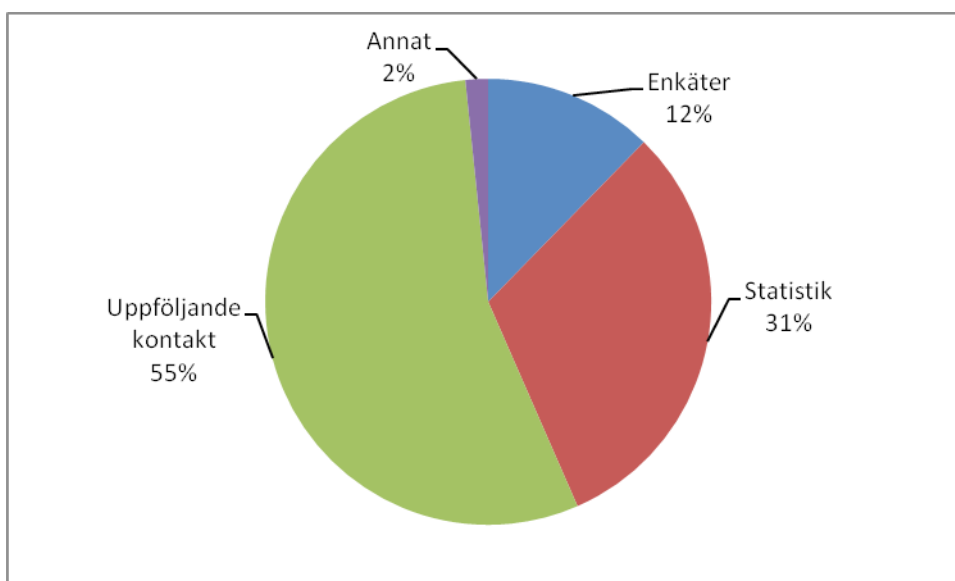
7 Energirådgivningens effekter

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. Många energi- och klimatrådgivare använder sig även av uppföljande samtal och enkäter.

Årets rapportering visar att hälften av energi- och klimatrådgivarna inte följer upp sin verksamhet. 40 procent gör det, medan 11 procent anger att de inte vet. Två kommuner har inte svarat på frågan. De som inte vet kan vara energi- och klimatrådgivare som tagit över under verksamhetsåret och inte funnit sig tillrätta med rutinerna eller så har en överordnat chef svarat när tjänsten blivit vakant under året.

Mer än hälften av energi- och klimatrådgivarna följer upp sin verksamhet genom uppföljande samtal. En tredjedel använder sig av statistik och 12 procent av enkäter, bild 18.

Figur 18: Fördelning av svar för val av metod för uppföljning.



De flesta energi- och klimatrådgivarna som beskrivit vilka aktiviteter de genomfört har gjort uppskattningar över hur många kontakter de fått under sina aktiviteter. På 740 temakvällar/föreläsningstillfällen och liknande har man angett drygt 53 000 deltagare. Under 713 mässor och utställningar har 770 000 besökare räknats. När det gäller mässor kan dock en del rådgivare angett det totala antalet besökare på mässan och inte antalet besökare rådgivaren haft kontakt med i sin monter. Man får dock inte glömma att även besökare som inte tar kontakt ändå uppfattar energi- och klimatrådgivningens monter och att det således finns ett reklamvärde.

Nytt för i år var att energi- och klimatrådgivarna skulle försöka att ange vilken effekt deras verksamhet gett. Som underlag för svarsmetodiken användes det materialet som togs fram av Energimyndigheten och föreningen Sveriges Energikontor, t ex handboken "Utvärdera rådgivningen" och förhoppningen var att rådgivarna hade tillämpat det de lärt sig under utvärderingsutbildningen. 175 aktiviteter hade utvärderats, för 148 hade man angett vilken form av beteendeförändring man avsåg och för 133 aktiviteter hade man gjort försök att uppskatta resultat i form av sparad energi mm. Dessa uppskattningar är dock i allmänhet vaga och anges inte sällan som

"Vi räknar att 20% faktiskt byter system med halvering av energikostnader"

"Långsiktig förändring av beteende och teknik"

"80 % får viljan att göra något i sin vardag, boendet, företag"

"80 % har förstått värdet av att ackumulera varmvatten"

Men det finns också konkreta exempel, t ex där man lyckats med att minska energibehovet av nybyggda bostadshus till att enbart använda 75 procent av byggnormen genom temakvällar för nybyggare eller deltagande i byggsamråd.

Andra exempel är att man lyckats sänka varmvattenbehovet i duschanläggningar i idrottsföreningar och liknande konkreta rådgivningstillfällen.

8 Fokus framåt: energi- och klimatrådgivarnas idéer om den framtida utvecklingen av verksamheten

I de sista tre frågorna av enkäten fick energi- och klimatrådgivarna berätta om egna goda exempel från sin verksamhet, nämna förbättrings- eller utvecklingsområden för energi- och klimatrådgivningen samt tycka till rent allmänt. Samtliga svar redovisas i bilaga 2, öppna svar, frågorna 63 till 65. Följande kapitel ger en överblick över de kommentarer som lämnats.

8.1 Goda exempel – vad har fungerat bra under året inom energi- och klimatrådgivningen?

Det som många energi- och klimatrådgivare framför i år är lyckade marknadsföringsinsatser. Bland detta nämns artiklar i lokaltidningar om olika projekt, men även så enkla saker som att förse broschyrer man skickar ut med kontaktuppgifter till energi- och klimatrådgivningen. Man upplever att man blivit mer synlig i samhället och även i den kommunala verksamheten. Samarbeten med bygglovs- och planenheter har resulterat i att man kunde påverka byggherrar till mer energieffektivt byggande. Samarbeten med miljöenheten har lett till att man fått kontakt med företag och att man ökat dels sina egna kunskaper om miljötillsyn och arbetssättet och att man höjt kunskapsnivån hos miljöinspektörerna.

Det hänvisas även till lyckade projekt man genomfört i samarbete med sitt lokala energikontor.

”Tillgängligheten tack vare uppdelad rådgivning med medborgarkontoret. Någon är alltid på plats. Mycket bra hjälp från energikontor syd. Stor uppskattning från kommuninnevånarna gör arbetet till en stor glädje!”

”Relationen med kunden, förtroendet. Flera kunder återkommer och vill gå vidare i sina åtgärder när de sett effekten efter att tex. bytt fönster”

”Oerhört många telefonsamtal! 185 samtal hittills i år. Stor kunskapsnivå hos rådsökande.”

”Lyckats bra med exponering, få kommer in till kommunhuset eller ringer, en måste synas i olika sammanhang”

”Adresserade broschyrer, dvs sätter namn och nummer till den kommunala rådgivaren på samtliga broschyrer från energimyndigheten som delats ut. Detta gör att våra råd lättare kan sökas och att specifika råd kan ges. Broschyrer utan detta utan ger mycket färre kontakter. Det räcker således inte med att det står Energimyndigheten på pappret.”

"Vi på byggkontoret som sysslar med energirådgivning har ett stort stöd bland politiker och högre tjänstemän"

"Tidiga kontakter inför byggen av småhus genom lågenergihuskrav och information vid t ex bygglov.

Belysningsutställningen väcker intresse.

Elcykel är jättebra att ha med som intresseväckare på utomhusarrangemang"

"Teaterföreställningarna för barn är väldigt uppskattade! Att medverka under miljöveckan och festdagar är också mycket populärt, många frågor och bra diskussioner."

"Har lyckats få helsidesintervju i en lokal tidning vilket medfört fler kundkontakter. Har föreläst på villaägarträff vilket ger god marknadsföring."

"Jag tycker att jag fått bra respons på mitt arbete, det märks att många tar kontakt. Har haft ett fantastiskt bra samarbete med den lokala pressen i projektet klimatfamiljer, det har skrivits mycket om energi och klimat och det har skapats diskussioner i hela kommunen."

"Ökad efterfrågan från allmänheten, tack vare en stor marknadsföringsinsats. Kunskapen om verksamheten är större."

"Stödet och engagemanget inom kommunens egen organisation. Att jag har möjlighet att ha ansvar för min egen budget."

"Seminarier och energidagar när man samarbetar med andra. Resurser finns annars inte så mycket av så det är bra att samarbeta med andra arrangörer"

"Samarbetet om regionala aktiviteter med övriga energi- och klimatrådgivare i vår region fungerar mycket bra. T.ex. kan nämnas gemensamma temaveckor med gemensam annonsering, gemensamma föreläsare och samordning av utställare och inbjudningar."

"Att låna ut el-mätare på biblioteken har uppmärksammat EKR och har gett förfrågningar"

"Samarbete med miljöinspektörer i projektet Proeff II har startats upp för att tillsammans jobba med "Energi i tillsynen" under kommande år. Ca 250 företag har kontaktats och kommer att följas upp."

8.2 Förbättrings- och utvecklingsområden

Bland förbättringsområden nämns många gånger att man önskar att bli mer synlig i samhället, att man vill öka marknadsföringsinsatser och gärna genom en kampanj som stöds av Energimyndigheten. Så mycket viktigare är det då att de goda exemplen som finns i frågan före finner spridning bland de som inte lyckats så bra än! Man ser även ett behov av att delta mer i det övergripande miljöstrategiska arbetet i kommunen, även detta i syfte att öka synligheten för energi- och klimatrådgivningen.

Det nämns även att man behöver bli bättre på att planera, styra upp och utvärdera sin verksamhet.

”Ett uppföljningsprogram för rådgivaren typ Konstat som konsumentrådgivarna använder.”

”Material riktat till barn och ungdomar”

”Jobba mer uppsökande mot företag. Hitta bra metoder för detta.”

”Att få VVS företag att ta till sig nya energilösningar”

”Att komma ut till företag. Samarbete med miljöinspektörerna gör att vi får in foten.”

”Att tänka på kvalitet kontra kvantitet och våga välja bort aktiviteter för att fokusera på ngt nytt som tar tid i uppbyggande av såväl kontakter som kunskap i mitt fall gällande företagsrådgivning.”

”Bättre marknadsföring att vi finns på kontoret för att allmänheten skall kunna veta vilken kompetens som finns inom kommunen.”

”Svårt med marknadsföring. Fortfarande väldigt många som inte känner till att vi finns och vad vi sysslar med.”

”Central marknadsföring av energi- och klimatrådgivningen från Energimyndighetens sida vore bra.”

”Energi- och klimatområdet är inte lika uppmärksammat i media som tidigare, vilket medför att eget anordnade aktiviteter inte är lika populära. Då gäller det att hitta andra vägar att nå målgrupperna.”

”Ett mer utvecklat samarbete med kommunens energi- och klimatstrategiarbete.”

”Följa upp effekterna av vårt arbete, nu mäter vi nöjdheten men inte energibesparing eller minskade utsläpp.”

”Försöka se till så att ännu fler förstår vilken kunskaps guldgruva det erbjuds gratis av alla Sveriges energi- och klimatrådgivare.”

”Hittills har rådgivningen varit rätt allmän, med olika resultat. i framtiden ser jag mer lokala projekt riktade mot en viss grupp, t.ex. vedeldare utan ackumulatortank, att få pendlare från en viss ort att börja samåka ex.”

”Kan bli mycket bättre på att planera in tid för utvärdering av de genomförda aktiviteterna och rådgivning direkt eller över tid.”

”Komma in tidigare i processen när folk ska bygga nytt.”

”Det skulle vara helt fantastiskt att få jobba som bara energi-och klimatrådgivare och helt ha fokus på det uppdraget.”

”Svårt att få tid över till att sitta och plocka med informationen på internet. Onödigt att alla kommuner ska sitta med sitt eget. Oeffektivt.”

”Tydligare riktlinjer inom arbetet, med en tydligare verksamhetsplan med tydligare avgränsningar kan arbetet göras bättre.”

8.3 Övriga kommentarer och synpunkter

I sina övriga kommentarer ges spridda kommentarer. De som upprepas är behovet av att få mer resurser i form av pengar, vissa önskar även mer tid att lägga på sitt uppdrag. Det anas en viss vilshenhet bland några om hur de ska driva sin verksamhet, hur långtgående råd man ska ge och hur man ska utvärdera. Man slits mellan krav och önskemål från både Energimyndigheten och sina kunder.

”Bidraget till kommunerna som inte har höjts i takt med ökade kostnader och löner/Det ekonomiska bidraget från Energimyndigheten har inte ökat på länge vilket krympt utrymmet för aktiviteter.” (7)

”För övrigt anser jag att vi bör kallas energi- och klimatvägledare, eftersom vi inte får ge råd. Titeln rådgivare ger fel signaler och bygger upp falska förväntningar.”

”Många känner till oss tack vare Energimyndighetens webbplats. Det vore inte fel med en gemensam marknadsföringskampanj om att vi finns i hela landet.”

”De flesta av Energimyndighetens skrifter är bra och mycket värdefulla för oss i vårt arbete. Dock behöver skrifterna ibland kvalitetssäkras bättre vad det gäller bildval, formuleringar och enheter innan de trycks.”

”Energimyndigheten efterfrågar beteendeförändringar i kWh från EKR, allmänhet och företag/ organisationer efterfrågar konkreta svar i kWh från EKR. Vår uppgift är att ge opartiska råd --> Hur ska denna lilla paradox bli till något bra?”

”Svårt att hinna med allting, nya arbetsuppgifter tillkommer hela tiden utan mer resurser; en omöjlig ekvation att få ihop!”

9 Bakgrundsuppgifter

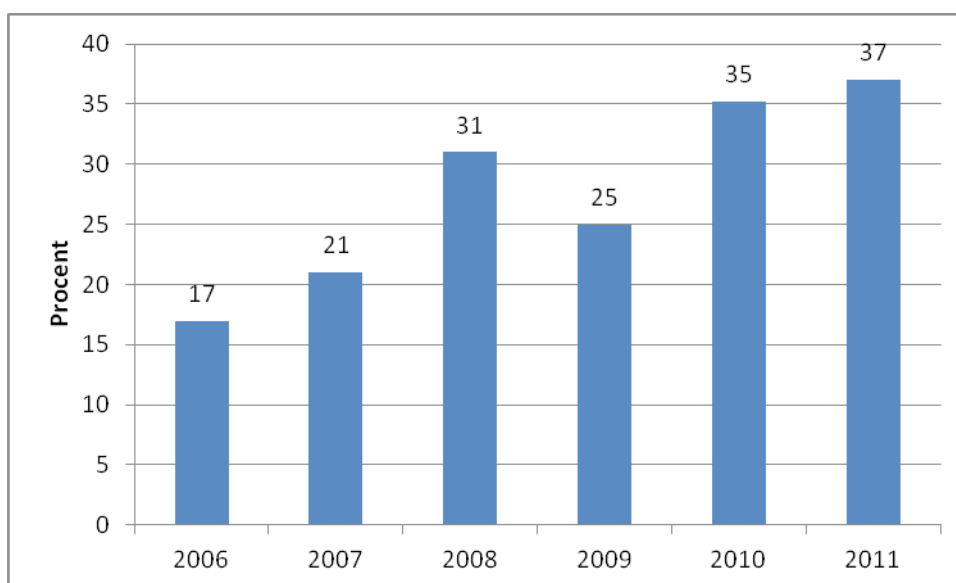
I detta kapitel redovisas diverse bakgrundsuppgifter om de kommunala energi- och klimatrådgivarna såsom köns- och åldersfördelningen, vilken utbildning de har och hur länge har de arbetat som energi- och klimatrådgivare.

9.1 Demografisk struktur – kön och ålder

Totalt fanns det 293 energi- och klimatrådgivare (unika namn) i kommunerna under 2011. Några har endast jobbat del av året, andra är förstärkning till ordinarie rådgivare när denna inte är anträffbar och andra energi- och klimatrådgivare jobbar i flera kommuner

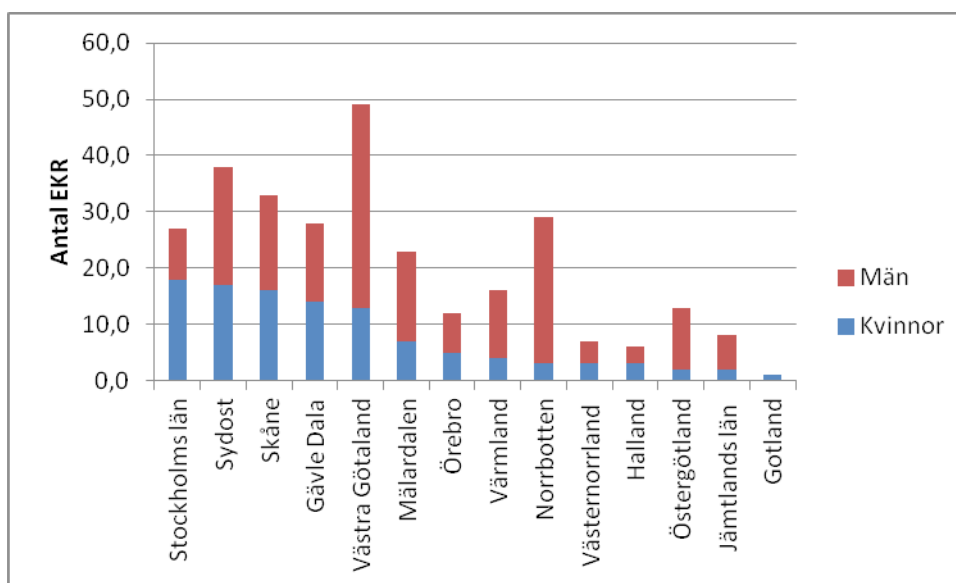
Mellan åren 2006 och 2008 ökade andelen kvinnliga energi- och klimatrådgivare. År 2009 kom ett trendbrott, och andelen kvinnor bland energirådgivarna minskade från 31 (2008) till 25 procent (2009). År 2010 vände trenden igen, och år 2011 är 35 procent av energi- och klimatrådgivarna kvinnor, vilket är den största andel sedan mätningarna startade.

Figur 19: Energi- och klimatrådgivarnas kön (procent kvinnor).



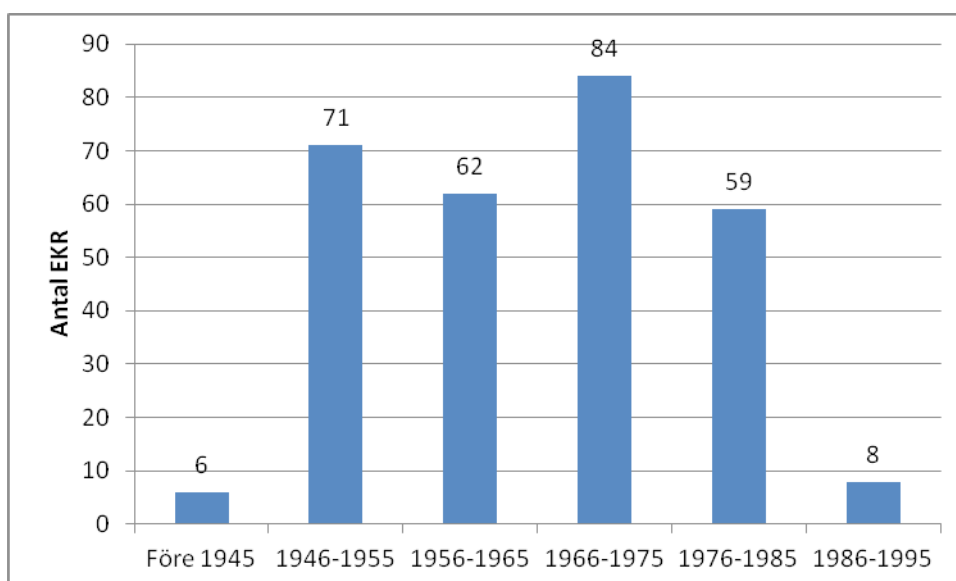
Det finns regionala skillnader i fördelning av könen – i Stockholms län finns det dubbelt så många kvinnliga energi- och klimatrådgivare som manliga, medan det i Norrbotten finns nio gånger fler manliga energi- och klimatrådgivare som kvinnliga, bild 20.

Figur 20: Könsfördelningen mellan energi- och klimatrådgivare i landets regioner.



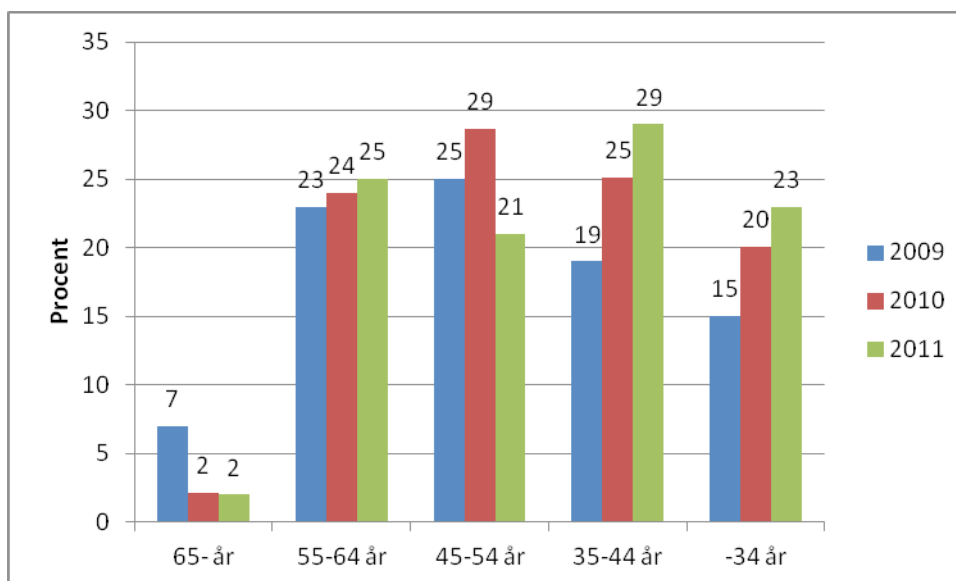
27 procent av energi- och klimatrådgivarna är äldre än 55 år (född före 1956) och 23 procent är yngre än 35 år (född efter 1976).

Figur 21: Åldersfördelning bland energi- och klimatrådgivarna år 2011.



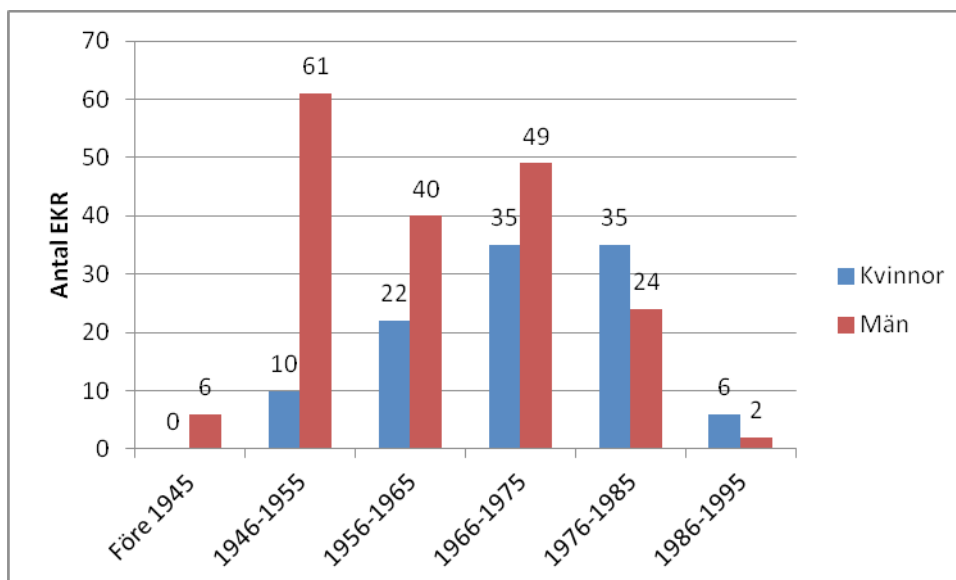
Jämfört med tidigare år finns det antalsmässigt fler yngre energi- och klimatrådgivare (det vill säga under 45 år) och framförallt i åldersgruppen 45 till 54 år har antalet minskat i jämförelse med tidigare år, bild 22.

Figur 22: Fördelning av ålderskategorier bland energi- och klimatrådgivare i procent mellan åren 2009 och 2011.

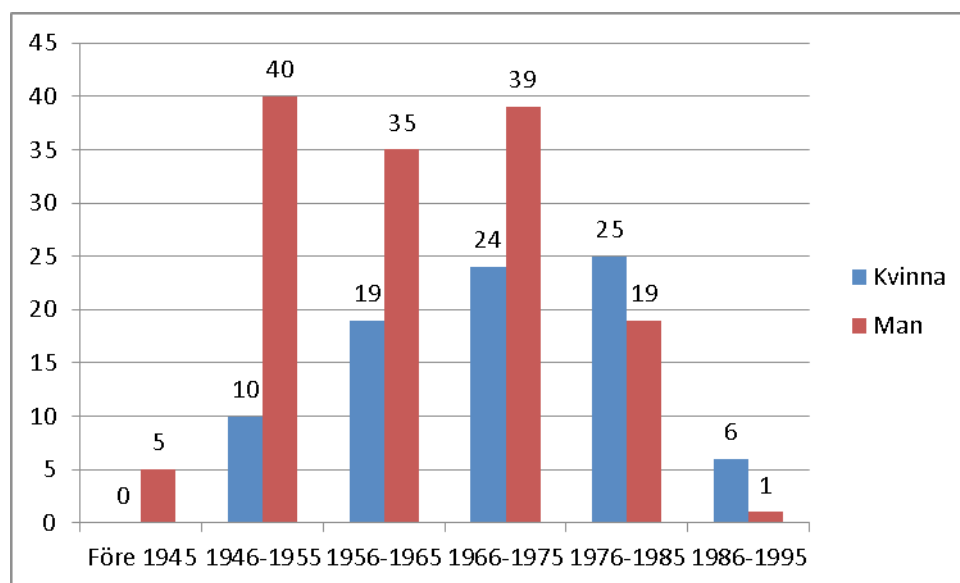


Åldersgrupperingen skiljer sig även bland kvinnor och män. I ålderskategorin över 45 år finns det flest manliga energi- och klimatrådgivare, medan kvinnor överväger i åldersgruppen under 45 år, bild 20.

Figur 23: Fördelning av män och kvinnor i olika åldersgrupper.



Unika EKR (dvs alla dubletter borttagna).

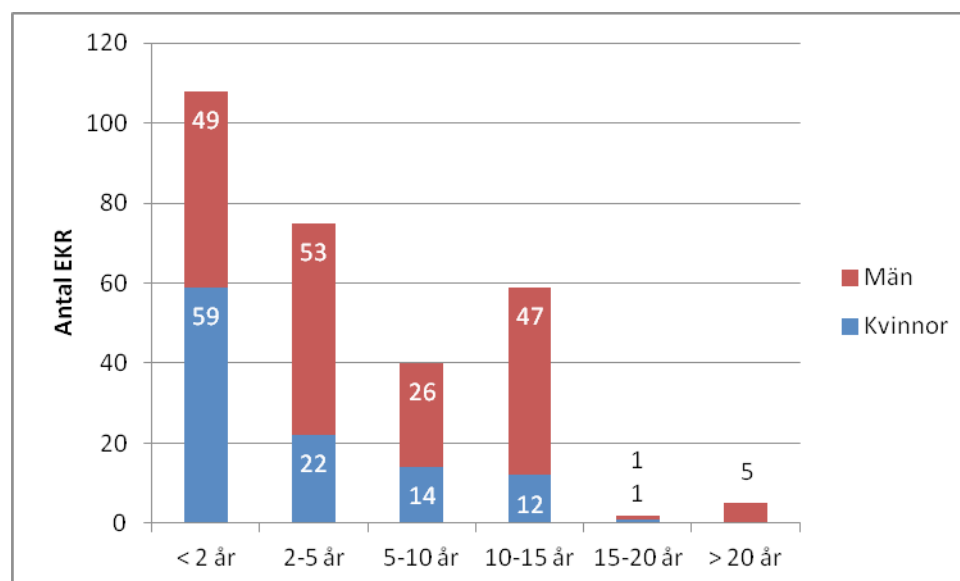


9.2 Tjänstgöringsår

År 2011 fanns det en majoritet av energi- och klimatrådgivare (63 procent eller 183 personer) som tjänstgjort färre än fem år. 37 procent har till och med jobbat kortare tid än två år. Detta är en ökning jämfört med föregående år, då 133 rådgivare jobbat färre än fem år. Det har alltså tillkommit en hel del nya energi- och klimatrådgivare.

Samtidigt har antal rådgivare som jobbat fler än tio år med energi- och klimatrådgivningen fördubblats, 66 personer år 2011 jämfört med 33 personer år 2010. I gruppen mellan fem och tio års tjänstgöring har endast små förändringar skett.

Figur 24: Antal tjänstgöringsår för energi- och klimatrådgivare.

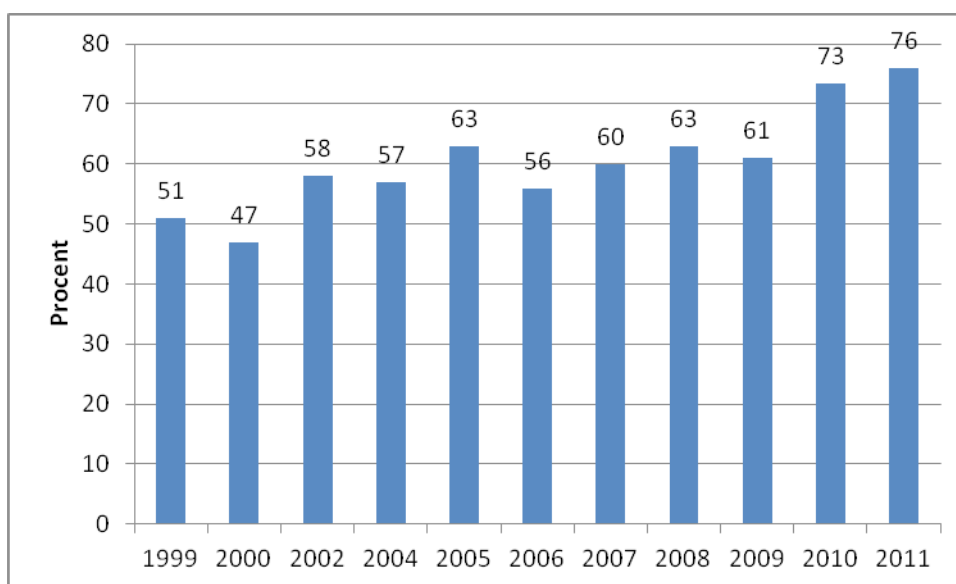


Antalet kvinnliga energi- och klimatrådgivare som jobbat upp till fem år är med runt 80 personer oförändrat jämfört med föregående år, däremot har antalet män ökat från 53 år 2010 till 102 år 2011. I gruppen energi- och klimatrådgivare som jobbat längre än tio år har antalet kvinnor ökat från 9 år 2010 till 13 år 2011, medan antalet män har fördubblats från 24 år 2010 till 53 år 2011.

9.3 Utbildning

En majoritet av energi- och klimatrådgivarna (76 procent) är högskole- eller universitetsutbildade. Detta är en ökning jämfört med föregående år (73 procent), och den högsta andel sedan mätningarna startade.

Figur 25: Andel energi- och klimatrådgivare med högskoleutbildning.

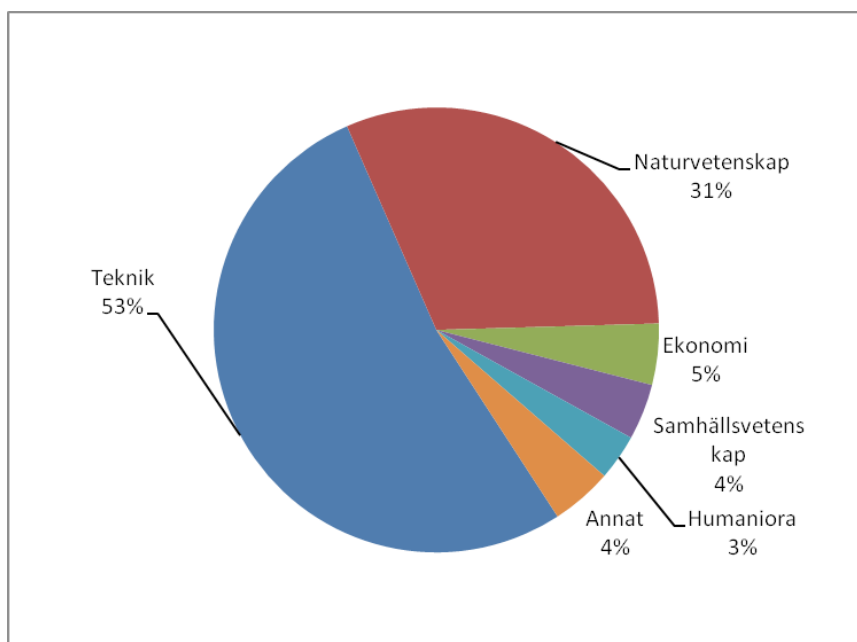


Andelen energi- och klimatrådgivare med enbart gymnasiebetyg är 19 procent, fem procent anger annat, utformningen av svaret gav dock inte möjlighet att ange vad som avsågs.

Bland kvinnliga energi- och klimatrådgivare överväger antalet högskoleutbildade bland de som är födda efter 1956. Bland män födda 1956 eller senare är andelen med gymnasial utbildning 26 procent och andelen högskoleutbildade 71 procent. För båda könen finns enbart högskoleutbildade bland de som är födda 1976 eller senare.

De energi- och klimatrådgivare som har högskole- eller universitetsutbildning fick även ange vilken inriktning deras utbildning haft. Flera svar kunde ges. 223 rådgivare har svarat. Något mer än hälften har en teknisk utbildning och nära en tredjedel har naturvetenskaplig bakgrund. 20 procent har kombinationer av ämnen.

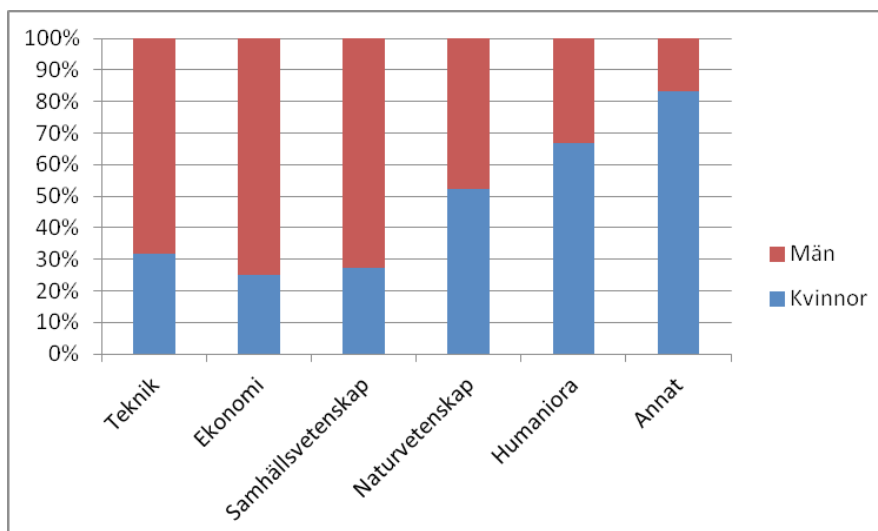
Figur 26: Inriktning på utbildning (223 svar av de som hade angett att de hade högskole-/ universitetsutbildning).



Eftersom teknisk utbildning dominerar över lag är detta också den övervägande inriktningen om man ser på en regionvis fördelning. Men det finns skillnader. I Stockholms län är andelen naturvetare störst med 15 naturvetare på 7 tekniker. Även i Östergötland är antalet naturvetare större än teknikerna.

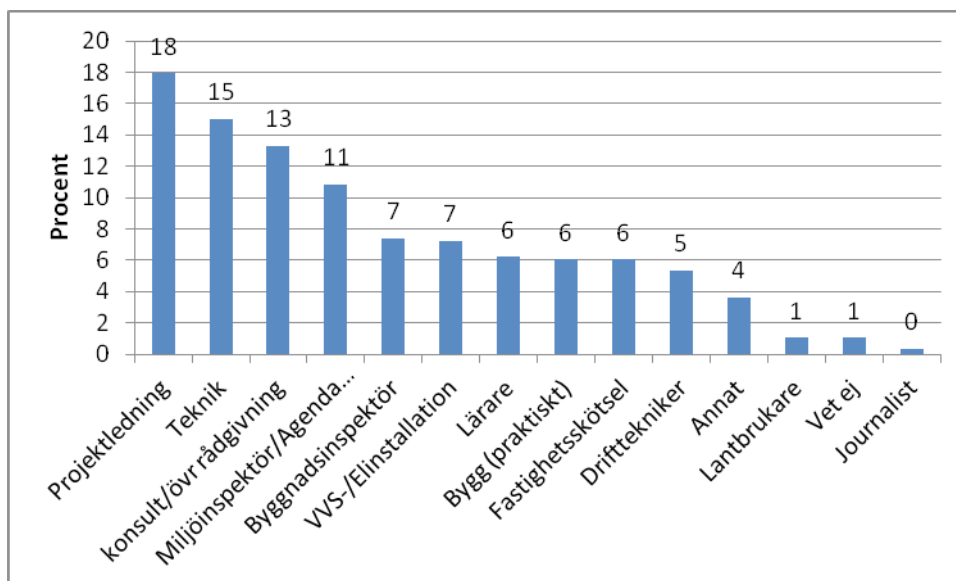
Fördelningen av utbildningsinriktning mellan könen visas i bild 27. Bland männen är utbildningar inom teknik, ekonomi och samhällsvetenskap vanligast, medan det hos kvinnorna är naturvetenskap, humaniora och "annat". Vad "annat" är kunde inte specificeras i svarsalternativet.

Figur 27: Fördelning av utbildningsinriktning mellan könen.



Som yrkeserfarenheter som varit till nytta i energi- och klimatrådgivningens verksamhet nämns oftast kunskaper i projektledning. Detta är ett trendbrott, då det tidigare oftast angavs praktiska kunskaper från bygg- och VVS-branschen. Tekniska kunskaper anses dock fortfarande vara viktiga, liksom ”mjuka” erfarenheter från konsult- eller rådgivande verksamhet eller kunskaper från miljöområdet som tillsyn och/eller miljösamordnare.

Figur 28: Tidigare yrkeserfarenhet som varit till nytta i energi- och klimatrådgivningens verksamhet, 227 svar, flera svarsalternativ har kunnat anges.



9.4 Energimyndighetens utbildningar för energi- och klimatrådgivarna

Energimyndigheten genomför regelbundet utbildningar för energi- och klimatrådgivningen. De obligatoriska utbildningarna som hållits de senaste åren var:

- Grundutbildningen
- Transportutbildningen
- Företagsutbildningen

Dessutom har Energimyndigheten erbjudit andra utbildningar om:

- Media och kommunikation
- Fönster och sol
- Utvärdering

Energi- och klimatrådgivarna har fått svara på dels vilka av de obligatoriska utbildningarna de genomfört samt vilka av de övriga.

268 energi- och klimatrådgivare har svarat på frågan om de obligatoriska och 176 på frågan om de kompletterande utbildningarna. De som inte svarat har fått välja svarsalternativet ”vet ej”, eftersom det saknades svarsalternativet ”ingen” i båda dessa frågor. Flertalet har skrivit detta i nästföljande öppna fråga om vilken utbildning man anser sig sakna.

68 procent av de som svarat på frågan om de obligatoriska utbildningarna har gått samtliga tre. 11 procent har gått enbart grundutbildningen och 10 procent har gått kombinationen grund- och transportutbildningen eller grund- och företagsutbildningen. Sambandet hur många energi- och klimatrådgivare som gått vilken utbildning och deras tid i tjänsten som rådgivare ges av tabell 4.

Tabell 5: Antal genomförda obligatoriska utbildningar och tjänstear.

Utbildning	<2 år	2-5 år	5-10 år	10-15 år	15-20 år	>20 år	Summa
Grund	24	4	1	1			30
Transport		1					1
Företag		1					1
Grund+Transport	13	11	1	1			26
Grund+Företag	20	6		1			27
Transport+Företag		1		1			2
Samtliga tre	36	50	34	55	2	5	182
Summa	93	74	36	59	2	5	269

Energi- och klimatrådgivare som varit kort tid i tjänsten förväntas inte hunnit med alla tre utbildningar. Cirka 15 av de energi- och klimatrådgivare med kortare tid än 2 år i tjänsten har ännu inte haft möjlighet att delta i någon utbildning alls. Dock har större delen i alla fall påbörjat grundutbildningen och en tredjedel har hunnit med alla tre utbildningar. I gruppen som tjänstgjort i mellan två och fem år har två tredjedelar deltagit i alla tre utbildningar, I gruppen som tjänstgjort mellan fem och tio år har 85 procent deltagit i alla tre utbildningarna och i gruppen som tjänstgjort fler än tio år har samtliga gått alla tre utbildningar. Hur många av landets 290 energirådgivare⁸ som gått de olika obligatoriska utbildningarna redovisas i tabell 6.

Tabell 6: Antal deltagare i de obligatoriska utbildningarna från Energimyndigheten.

Obligatoriska utbildningar	Totalt antal deltagare
Grundutbildningen	264
Transportutbildningen	210
Företagsutbildningen	212

⁸ I denna fråga svarade endast en rådgivare per kommun. Uppgifter saknas i enkäten om hur många av övriga energi- och klimatrådgivare som gått utbildningar och vilka

176 energi- och klimatrådgivare har redovisat vilka tilläggsutbildningar de har gått. 114 rådgivare har svarat ”vet ej”, vilket i flertalet fall betyder att de inte gått någon av utbildningarna (svarsalternativet ”nej” saknades).

Av gruppen rådgivare som jobbat kortare än 2 år har 55 procent gått någon av utbildningarna. I grupperna som jobbat mellan två och fem respektive mellan fem och tio år har 57 respektive 60 procent deltagit i åtminstone någon av utbildningarna. Störst deltagande i tilläggsutbildningarna visar gruppen rådgivare som jobbat 10 till 15 år, där 76 procent har deltagit i någon av utbildningarna och 12 procent har deltagit i samtliga.

Tabell 7: Antal genomförda tilläggsutbildningar och tjänsteår.

	<2 år	2-5 år	5-10 år	10-15 år	15-20 år	>20 år	summa
Media	23	5	5	2	0	0	35
Fönster/sol	9	8	7	20	1	2	47
Utvärdering	12	5	2	8	0	0	27
Media+fönster	3	9	3	1	0	0	16
Media+utvärdering	6	3	1	7	0	0	17
Fönster+utvärdering	5	7	2	1	0	0	15
Samtliga tre	2	6	4	7	0	0	19
summa	60	43	24	46	1	2	176
Vet ej/inte gått någon	48	32	16	14	1	3	114

Populärast bland tilläggsutbildningarna har varit fönster och sol med 97 deltagare. Media och kommunikation har besökts av 87 rådgivare och utvärderingskursen av 78.

62 procent av energi- och klimatrådgivarna anser att de behöver ytterligare utbildning.

”Vi behöver kontinuerlig uppdatering om vad som händer i energifrågan. Våra kunskaper är en färskvara, och jag ser gärna mer utbildning i ”nya” saker som kommer upp på ”tapeten”

22 procent svarade nej och 16 procent vet ej. Många framhåller i det öppna svaret att de ser ett stort behov av att både fräscha upp kunskaper de redan har, men även att ständigt uppdatera sig. Det händer mycket på energiområdet och behovet är stort att ha en bred kunskapsbas. Det efterfrågas också fördjupningar av kurser från grund- och tilläggsutbildningen. Det önskas kurser runt rent tekniska detaljer inom styr- och reglerteknik eller konstruktion av t ex värmepumpar. Ventilation är också ett efterfrågat ämne. Många önskar också att de grund- och tilläggsutbildningar som genomförts och som vissa inte hunnit med ännu upprepas och då med större geografisk spridning.

Etthundra energi- och klimatrådgivare gjorde konkreta förslag på utbildningar som inte redan fanns, dessa förslag är (med antal önskemål i parentes):

- ”Praktisk teknikkunskap” (funktion och konstruktion kring pelletsbrännare, värmepumpar, pumpar, kompressorer) (26)
- Ventilation (25)
- Byggteknik/byggkonstruktion (klimatskal, risker med åtgärder på klimatskalet, tilläggsisolering, ”bygga nytt”) (23)
- Styr- och reglersystem, (bl a att optimera driften när olika system ska samverka) (22)
- Belysning (17)
- En fördjupad transportutbildning med inriktning mot tung trafik och företagets transportarbete (12)
- Energiberäkning och –program, energikalkyler, att räkna energibesparingar och ekonomi att genomföra åtgärder (LCC, pay-off) (9)
- Klimatfrågor (att lära sig att argumentera ikring) (8)
- Projektledning (6)
- Solel och vindkraft (småskalig) (5)
- Företagsutbildning med praktisk inriktning (fördjupning) (4)
- Elhandel (3)
- Miljöjuridik och lagkunskap (miljöbalken, PBL, BBR) (3)
- Ackumulering (2)

Vid jämförelse av förslagen med energi- och klimatrådgivarnas bakgrund när det gäller inriktningen på deras utbildning syns det ett visst samband. De som har tekniskt bakgrund föreslår oftare utbildningar inom belysning, byggteknik, styr- och regler, ventilation och transporter. .

De som inte har teknisk bakgrund men högskoleutbildning önskar oftare utbildningar inom teknik, styr- och regler samt ventilation. Energi- och klimatrådgivare utan högskoleutbildning saknar även de ofta tekniska kurser (teknik, ventilation, styr- och regler).

Några kommentarer:

”Jag skulle behöva gå nånting där man fattar hur man använder de nya medierna för att nå nya grupper. ... Jag tror vi missar en massa yngre som det är nu.”

”Mer praktisk utbildning, som hur man ska åtgärda enkla läckor i hemmet och för BRF:er. Hur ställer man in en värmepump, pelletspanna osv.”

”Solceller. Svårt att ge råd och stöd och svara på ekonomiska frågor så som investeringskostnader, lönsamhetskalkyler m.m. Det florerar mycket tyckande om solceller som är svåra att bemöta.”

10 Diskussion

I årets upplaga av utvärdering av den kommunala energi- och klimatrådgivningen riktas fokus på en del trendskiten: inom organisationen i och bland kommunerna, energi- och klimatrådgivarnas utbildning och de ökande kraven från Energimyndigheten på att utvärdera verksamhetens effekter.

10.1 Organisation

Årets aktivitetsrapporter speglar en ökande trend bland kommunerna att samarbeta om den kommunala energi- och klimatrådgivningen. Eftersom det statliga bidraget är tänkt att ungefär täcka en halvtidstjänst bör ett samarbete möjliggöra att energi- och klimatrådgivaren tillåts att utöva sin tjänst på heltid. Detta kan vara ett bättre arbetssätt jämfört med en halvtidstjänst, där inte sällan de olika arbetsuppgifterna kräver mer tid än den anställde egentligen har till förfogande för respektive tjänst.

I anställningsformer med två deltider är det också svårt att hinna med kompetensutveckling i båda tjänsterna. Detta kräver förståelse av arbetsledaren för att uppnå en bra balans mellan tjänsterna. I de kommuner, där tjänsten är mindre än heltid, är det av extra stor vikt att energi- och klimatrådgivaren planerar sin verksamhet noggrann, förankrar planen och verkligen genomför det som var tänkt.

En utökning till heltidstjänster genom samarbete är positivt. Glädjande är också att de flesta energi- och klimatrådgivare som jobbar i kommuner som bedriver rådgivningen i egen regi är tillsvidareanställda, eftersom det ofta ger mer trygghet än tidsbegränsade tjänster.

Nackdelen med att vara en energi- och klimatrådgivare i flera kommuner är att det kan vara svårt att hinna med att vara lika aktiv i flera kommuner samt att vid frånvaro faller energi- och klimatrådgivningen bort för en stor mängd kommuninvånare. Det kan också vara svårt och kan ta längre tid att hitta kanaler in i olika kommuners organisation samt att hitta rätt samarbetspartner i de olika kommunerna..

När fler kommuner än två samarbetar skulle det vara tänkbart att man har möjlighet/medel/utrymme till fler än en energi- och klimatrådgivare. Eftersom antalet energi- och klimatrådgivare idag är lika med antalet kommuner tyder detta på att samarbetet inte behöver innebära att man enbart rationaliserar, utan att energi- och klimatrådgivarna får kollegor i sitt arbete så att de kan stötta och backa upp varandra, vilket är glädjande.

Antal kommuner som inte stödjer energi- och klimatrådgivningen med egna medel ökar. Samtidigt hörs allt fler röster från energi- och klimatrådgivarna att de medel man får från staten inte är tillräckliga, eftersom löneutvecklingen urholkat bidraget. Samtidigt är ett ökande antal energi- och klimatrådgivare högskoleutbildade och förväntar sig en högre ingångslön. Om arbetsgivarna (kommunerna) satsar alltför ensidig på att anställa nyutexaminerade för att hålla lönerna nere

(jämfört med mer erfarna kandidater), finns en risk för att kompetensens urholkas. Kompetens som fås av arbetslivserfarenhet och då helst inom det ämnet man ska ge råd om.

När bidraget går mestadels till löner blir det mycket få medel kvar till t ex annonsering, mässdeltagande och utåtriktad verksamhet. Detta kräver större kreativitet av energi- och klimatrådgivarna för att hitta billig/gratis marknadsföring.

10.2 Energi- och klimatrådgivarna i fokus

Inom energi- och klimatrådgivarkåren ökar antalet kvinnor år för år, vilket kan vara tecken på ett trendskifte när de rent tekniska frågeställningarna som dominerat förut förskjuts till frågor om beteende och attityder. Eller är det arbetssättet med mer utåtriktad verksamhet och generell information, genom rådgivning på mässor och utställningar än att man svarar på specifika frågor per telefon, som attraherar kvinnorna?

Ett trendskifte är också att åldersfördelningen i kåren har förskjutits till allt yngre energi- och klimatrådgivare. Majoriteten har jobbat kortare tid än fem år. Man bör kanske ställa sig frågan vad denna utveckling får för konsekvenser för energi- och klimatrådgivningen på sikt. Dessutom bör man belysa omsättningen av energi- och klimatrådgivare och vilka signaler detta ger.

Utbildningsnivån generellt är högre bland de unga. Men vilken specifik utbildning har de eller vilken utbildning behövs, när den praktiska erfarenheten saknas som man får genom antingen en utbildning som är kopplat till ämnet (bygg, teknik) eller genom yrkeserfarenhet med anknytning till energianvändning?

För det har även skett ett trendbrott om vad energi- och klimatrådgivarna anser är till hjälp när det gäller yrkeserfarenhet. Förr ansåg man att praktiska erfarenheter från byggbranschen (VVS, byggsnickare, elektriker), men även miljö, konsult, lärare och serviceyrken (där man lärt sig att "ta människor") som viktiga. I år värderas projektledning högst och praktisk erfarenhet av byggbranschen hamnar relativt långt ner på skalan. Men det energi- och klimatrådgivarna önskar i utbildning från Energimyndigheten är: bygg, teknik, styr och regler, ventilation mm. På sikt bör man ställa sig frågan om vad en rådsökande borde kunna förvänta sig för erfarenheter och (för-)kunskaper av energi- och klimatrådgivaren. Vad behöver denna ha i bagaget redan vid anställning för att kunna ge kvalificerade råd och att erbjuda något mer än att hänvisa till material på webben som en intresserat rådsökande själv kan hitta på nätet?

Det finns dock nyanser i detta med utbildning och förkunskaper: Energi- och klimatrådgivare som är tekniker önskar inte sällan att få lära sig mer teknik. Icke-tekniker vill och behöver också lära sig mer teknik, men kanske på en annan nivå eller med en annan ingång. Teknikerna kanske behöver begränsas i vilken mån de ska/bör fördjupa sig? Likaså kan man fråga sig om Energimyndigheten ska hålla med utbildningar inom projektledning och datoranvändning (powerpoint, göra mallar för att föra statistik mm) som det också finns önskemål om.

På efterfrågan av broschyrmaterial liksom vissa utbildningsönskemål visar sig en tendens att man vill vidga rådgivningsområdena – det frågas efter material och kunskap om småskalig elproduktion (solceller, vindkraft), men även om att utföra beräkningar (lönsamhet, energibesparingar). Man bör dock akta sig för att ge alltför detaljerade råd – framförallt av ekonomiskt natur för att inte hamna i skadestandsfrågor när gjorda kalkyler inte stämmer. Frågan tyder möjligtvis på att grundutbildningen tydligare bör ta upp juridiska frågor om rådgivningen, vad den bör innehålla och vilka frågor man ska undvika att ge råd om. I vissa fall bör man kanske ställa frågan om rådgivarna behöver få en insikt om att rådgivningen över vissa saker helt enkelt inte är deras bord? Att man bör begränsa sig i såväl djup på kunskaper inom vissa ämnen och omfattning av ämnen man ska ha kunskaper om.

Energimyndighetens webbplats har många energi- och klimatrådgivare ett kluvet förhållande till. Man vet att det där finns mycket information, men också att materialmängden gör det svårt att hitta för allmänheten. Detta är kanske skälet till att så många satsar tid och resurser på att hålla egen webbplats? Något mer än en tredjedel av rådgivarna, 35 procent, uppger att de hänvisar till Energimyndighetens webbplats några gånger per vecka. År 2010 var siffran 44 procent. Minskningen kan bero på att man upplever det som svårt för kunderna att hitta den information man vill förmedla. Samtidigt uppdateras och utvecklas webbplatsen kontinuerligt och det är inte lätt att hitta en generell lösning.

Vissa svar energi- och klimatrådgivarna ger i enkäten tyder också på att kommunerna inte alltid förstår sin roll som arbetsgivare åt energi- och klimatrådgivarna. Dels att man kanske anställer personer med ganska låga kunskaper inom området och att de inte blir introducerade i verksamheten på ett bra sätt. Till exempel att den nye energi- och klimatrådgivaren får en bra introduktion om verksamheten, får inblick i förordningar med mera som styr verksamheten och inte minst de krav på redovisning som finns. Kanske det är en sak för energikontoren att engagera sig i eller att man införde ett ”faddersystem” där energi- och klimatrådgivare i grannkommuner hjälper sin nya kollega in i sitt arbete, vilket från början gynnar samarbete. Vissa energikontor jobbar redan på detta sätt.

10.3 Att organisera sin verksamhet och marknadsföra den

Energi- och klimatrådgivarna skall i slutet av januari lämna en plan för verksamheten för innevarande år till Energimyndigheten. I förordningen (1997:1322) finns inga krav på politisk förankring av verksamhetsplanen. Ett sådant förfarande kanske skulle vara önskvärt. Dels för att synliggöra energi- och klimatrådgivningen i den kommunala organisationen och dels för att sätta en viss press på att energi- och klimatrådgivarna faktiskt gör en plan och genomför den. Planen bör i så fall även reflektera den budget man har till sitt förfogande. År 2011 har knappt hälften av energi- och klimatrådgivarna följt sin plan, vilket tyder på att det finns en stor förbättringspotential som bör leda till en bättre och mer genomtänkt verksamhet.

Även om en del inte följt planerna, så har ändå aktiviteter genomförts eller man har anpassad sin verksamhet genom att lägga till eller ändra. Att planer ändras och ska kunna ändras är bra, men frågan man alltid bör ställa sig är om man från början kunde gjort en bättre plan.

Några kommuner har inte följt sin plan eftersom man bytt personal. Det är en dålig ursäkt, eftersom en väl genomtänkt och förankrad plan borde vara en start-hjälp för efterföljaren, istället för att man ska förlora ett helt år innan den nyanställda planerat verksamheten. Å andra sidan kan detta vara ett tecken på att nya energi- och klimatrådgivare inte får tillräckligt med stöd från sin arbetsgivare.

Att annonsera och skicka direktreklam kostar pengar och effekten av detta sätt att marknadsföra sig är inte alltid given. Desto mer intressant är det att fler och fler energi- och klimatrådgivare hittar kanaler in i lokala medier. Nästan hälften av rådgivarna har lyckats att synas i tidningar och radio med egna inslag. Detta är ett bra sätt att lyfta fram goda exempel och synliggöra verksamheten utan att det kostar så mycket medel (förutom tid).

Alltfler satsar också på bloggar, vilket kan vara ett utmärkt sätt att komma i kontakt med folk och sprida kunskap. Däremot är det tveksamt om det är värt tiden att ägna sig åt egen hemsida, när det mesta redan finns t ex hos energimyndigheten, dit man ju i de flesta fallen också länkar. Att 80 procent av energi- och klimatrådgivarna lägger upp till 20 procent av sin tid på webbplatsen verkar onödigt. Ännu mer oklart är det när man betänker att nära hälften inte ens vet hur många besökare deras hemsida får.

Ett återkommande önskemål från energi- och klimatrådgivarnas sida är att Energimyndigheten hjälper till att marknadsföra verksamheten från centralt håll genom en bred kampanj i olika medier, men mest i TV. Detta kan vara ett bra sätt, men alla sådana kampanjer kostar pengar och effekten är oftast bara kortsiktig. Lokal anpassad reklam som ständigt ”nöter på” kan trots allt vara det mest effektiva sättet.

10.4 Fördelning av tid och aktiviteter

Allmänheten är alltså den största målgruppen för energi- och klimatrådgivare och tar mest tid. Mycket tid går också åt för organisationer och där nämns oftast bostadsrättsföreningar. Det är positivt att en del energi- och klimatrådgivare lägger ner så mycket som 20-40% av sin tid på företag. Men fördelningen är ojämn och vissa kommuner verkar inte alls ha kommit in på företagsrådgivning ännu. Det är dock möjligt att det finns aktiviteter riktat mot företag som inte syns i statistiken, eftersom till exempel frukostmöten och liknande åt företagarnärverk redovisas som aktiviteter mot organisationer.

Fortfarande är det 15 procent av energi- och klimatrådgivarna som lägger mer än 60 procent av sin tid på telefonrådgivning och över hälften av rådgivarna lägger upp till 40 procent vid denna aktivitet: Anser man att detta arbetssätt fortfarande

är tidsenligt och kostnadseffektivt i jämförelse till aktiviteter där man möter många på en gång? Samtidigt kan naturligtvis strukturen bland befolkningen i en kommun vara en orsak till att inget annat än ett visst arbetssätt fungerar.

Antalet genomförda och redovisade aktiviteter har ökat från runt 1400 år 2010 till över 2100 år 2011. Detta är en mycket glädjande ökning. Att framgång föder framgång kan man se i de 77 kommuner där man genomfört fler än tio och upp till så många som 95 aktiviteter och där man dessutom svarat på över 100 telefonsamtal eller något mindre. Är energi- och klimatrådgivarna i dessa kommuner särskild kreativa och duktiga på att hitta på aktiviteter eller bara bra på att redovisa vad de gjort?

Mer frågande kan man ställa sig till de kommuner som inte redovisar några aktiviteter alls. Som redan påpekat tidigare: även vid personalbyte bör verksamhetsplanen vara så pass robust att i alla fall en del aktiviteter skall kunna genomföras. Om skälet till en liten verksamhet är att man lägger ner mindre än en halvtid så kan detta naturligtvis i vissa fall bero på kommunens struktur – att ”marknaden” är för liten för att genomföra en mängd aktiviteter. Men att det finns intresse för rådgivningen syns ju i antalet telefonsamtal som inte sällan är betydande i just dessa kommuner – vilket borde betyda att det borde finnas underlag för att göra mer än (att svara i telefon eller ägna tid åt andra uppgifter).

I 55 kommuner har man genomfört mellan en och tre aktiviteter. I dessa finns det oftast inget samband mellan antal aktiviteter, antal telefonsamtal eller nedlagd tid på energi- och klimatrådgivningen. Inte heller kan man dra några slutsatser om kommunens storlek (antal invånare). Andelen kommuner i denna grupp med färre än 10 000 invånare är lika stor som andelen med mellan 10 000 och 20 000 samt mellan 20 000 och 40 000 invånare. I gruppen finns även enstaka kommuner med nästan 60 000 respektive närmare 100 000 invånare. Det bör finnas ett samband mellan antal invånare och genomförda aktiviteter. Däremot är det svårt att säga vad som kan anses rimligt. Tre aktiviteter i en kommun med färre än 10 000 invånare låter mer ambitiöst än tre aktiviteter i en kommun med över 30 000 invånare.

Ämnena som intresserar energi- och klimatrådgivarnas kunder i år har skiftat fokus jämfört med åren innan. Som tabell 3 visar har de tre vanligaste ämnena från i fjol placerats ner till förmån för andra frågeställningar – istället för att ändra sin uppvärmning intresserar energirådgivarnas kunder sig numera för ämnen som tilläggsisolering, fönster och solvärme. Det kan finnas ett samband med att det inte längre finns bidrag för konverteringar, men däremot för arbeten som kräver mer hantverkstid och därmed lämpar sig för ROT-avdraget. Glädjande är att nybyggnationsfrågor har blivit aktuella och kommit in bland de tio vanligaste. Det är glädjande därför att energieffektivt byggande hittills inte stått så högt i kurs bland byggherrarna, speciellt när det gäller byggnation av småhus.

Man bör då kunna förvänta sig att det bör finnas ett samband mellan aktuella ämnen som rådsökande frågar om (tabell 3) och de ämnen som är tyngdpunkten i aktiviteterna. Det verkar finnas utrymme att på ett bättre sätt anpassa innehållet i aktiviteterna till det som verkar intresserar målgrupperna mest för tillfället.

I redovisningen av aktiviteter riktade mot företag redovisas att man genomför aktiviteter, men dessa beskrivs inte i frågan, där energi- och klimatrådgivarna skall göra en lista över aktiviteter som genomförts. Detta är olyckligt, för denna verksamhet behöver få goda exempel att förmedla till kollegorna.

10.5 Utvärdering

Fortfarande för endast hälften av energi- och klimatrådgivare statistik över antal deltagare på möten och aktiviteter osv. Att det är svårare att hålla reda på antal personer man pratat med under en utställning/mässa är mer förståeligt. Mässdeltagande kräver resurser för att göra monter mm och inte sällan kostar det att delta. För att kunna följa upp vad de nedlagda resurserna resulterat i bör man kunna återge antal rådsökande man fått kontakt med även och kanske framförallt vid dessa tillfällen.

Även marknadsföringsinsatser genom annonser, flygblad och affischer bör utvärderas. De allra flesta energi- och klimatrådgivarna har annonserat någon gång under året. Vilka resultat har de fått? Har annonsen varit synlig tillräckligt, har den nått rätt målgrupp och har den haft den avsedda effekten?

Tänket att redan vid planering av en aktivitet även planera metod för uppföljning behöver rota sig!

En metodik för utvärdering har införts under 2011. Fler energi- och klimatrådgivare än tidigare år har angett antal deltagare på föredrag och andra aktiviteter eller åtminstone försökt att göra en uppskattning, så förhoppningsvis är även här ett trendsifte på gång.

Det bör också tas hänsyn till att endast lite mer än en fjärdedel av energi- och klimatrådgivarna gått utbildningen i utvärderingsmetodik hittills. Metodiken måste sätta sig innan man blir bekväm med den. Det finns några bra exempel där man verkligen har försökt och visat att man kommit en bit på väg. Men att utvärdera effekterna av sitt arbete, det vill säga att göra en mätning eller uppskattning av det man åstadkommit kan kräva en större insats. Däremot borde man kunna förvänta sig att samtliga energi- och energirådgivare borde kunna åstadkomma en redovisning av det man gjort åtminstone i termer som antal samtal man fört. Att föra statistik bör inte kräva någon speciell metodik eller utbildning.

10.6 Samverkan med olika aktörer

Energi- och klimatrådgivarnas nöjdhet med Energimyndigheten har minskat något jämfört med föregående år. Man är dock nöjd med nyhetsbrevet, broschyrmaterialet, Kraftsamlingen och i viss mån webbsidan även om den upplevs för svår för kunderna att hitta i. Det som man skulle uppskatta från Energimyndighetens sida är mer närvaro/tillgänglighet och snabbare kommunikation.

Intranätet efterfrågas år efter år, men det verkar svårt att hitta en lösning. Ett Intranät ska skötas av någon och antagligen brister det i resurserna (tid och pengar) för detta. Det vore kanske rimligt att ställa sig frågan vilket syfte intranätet ska uppfylla. En arena där energi- och klimatrådgivare kan diskutera med varandra kan enkelt skapas med hjälp av olika webbverktyg.

Energi- och klimatrådgivarna är generellt sett mycket nöjda med energikontoren. Hallands län har inget eget kontor, vilket är olyckligt. Samtidigt är det få energi- och klimatrådgivare i länet och frågan är om det kan bli kostnadseffektivt att starta ett energikontor, eller hellre tillordna energi- och klimatrådgivarna till energikontoren i Skåne och eller Hållbar Utveckling Väst.

Det finns många exempel där energi- och klimatrådgivarna ingått lyckade samarbeten med externa aktörer. Till exempel med studieförbunden, företagsnätverk, sötare eller lokala företagare. Andra saknar helt eller i stor utsträckning denna form av kontakter. Ibland ges förklaringar som att man värnar om sin objektivitet och opartiskhet och det är viktigt att man gör. Ändå kan det finnas vinster med att utöka sitt samarbete. Ett sätt att sprida arbetssättet vore om energikontoren och Energimyndigheten hjälpte till att med att hitta och sprida goda exempel på vad man kan uppnå med ett bra samarbete för att inspirera andra.

11 Bilaga 1 Enkätfrågor

1. Ange kommun

Ange den kommun i vars uppdrag du svarar på enkäten. Jobbar du åt fler än en kommun ska du fylla i en enkät för varje kommun.

Kommun: _____

Organisation

Den här gruppen av frågor handlar om hur ni har organiserat verksamheten i din kommun.

2. Vem är chefen i organisationen som ansvarar för den kommunala energi och klimatrådgivningen?

Här ska du ange vem som är ansvarig chef för energi- och klimatrådgivningen (namn) samt dennes befattning, t ex Miljö- och byggchef om du tillhör miljö- och byggförvaltningen eller kommundirektör om du tillhör kommunledningskontoret.

Förnamn

Efternamn

Befattning

Postadress

Postnummer

Postort

Telefon

E-post

3. Vem/vilka är kommunal energi- och klimatrådgivare?

Här fyller du i ditt eget namn om du är energi- och klimatrådgivaren som svarar på denna enkät. Du kan även fylla i namn på fler än dig själv, om ni är flera som delar på en tjänst i samma kommun. Om ni är flera som delar på en/flera tjänster i flera kommuner skall ni svara på var sin enkät eller enkäter (dela upp kommunerna emellan er). Om du som besvarar enkäten inte är energi- och klimatrådgivare skriver du ditt namn och kryssar i motsvarande ruta samt skriver din befattning.

Namn på dig som fyller i rapporten

Förnamn

Efternamn

Namn på övriga energi- och rådgivare i kommunen.

Skriv namn på dina kollegor om ni jobbar i samma och endast en kommun!

Förnamn

Efternamn

Förnamn

Efternamn

Förnamn

Efternamn

Förnamn

Efternamn

4. Kontaktuppgifter till ordinarie EKR

Adress

Postadress

Postnummer

Postort

Telefon

E-post

Bakgrundsuppgifter

Här efterfrågas uppgifter om energi- och klimatrådgivarens bakgrund, utbildning och yrkeserfarenhet. Frågorna ska besvaras av endast en person, den som besvarar enkäten. Är ni flera rådgivare på flera kommuner skall ni dela upp kommunerna sinsemellan. Är ni flera rådgivare i en och samma kommun kan ni endast lämna den enes uppgifter.

5. Kön

- ☐ Man
- ☐ Kvinna

6. Vilket år är du född?

- ☐ Före 1945
- ☐ 1946-1955
- ☐ 1956-1965
- ☐ 1966-1975
- ☐ 1976-1985
- ☐ 1986-1995

7. Vilken är den högsta utbildningen som du genomgått?

- ☐ Grundskola/folkskola
- ☐ Gymnasium eller motsvarande
- ☐ Annat
- ☐ Högskola/universitet
- ☐ Vet ej

8. Vilken inriktning hade din utbildning?

Besvaras endast om du svarade högskola/universitet på frågan ovan

- ☐ Teknik
- ☐ Ekonomi
- ☐ Samhällsvetenskap
- ☐ Naturvetenskap
- ☐ Humaniora
- ☐ Annat
- ☐ Vet ej

9. Vilken yrkeserfarenhet har du som varit till nytta i din verksamhet som kommunal energi- och klimatrådgivare? (Flera val är möjliga)

- ☐ Projektledning
- ☐ VVS-/Elinstallation
- ☐ Bygg (praktiskt kunskap, t ex snickare)
- ☐ Byggnadsinspektör
- ☐ Miljöinspektör/Agenda 21/miljösamordnare
- ☐ Fastighetsskötsel
- ☐ Teknik
- ☐ Konsult/övr rådgivning
- ☐ Lärare
- ☐ Journalist
- ☐ Lantbrukare
- ☐ Drifttekniker
- ☐ Annat, ange vad: _____
- ☐ Vet ej

10. Hur länge har du varit kommunal energi- och klimatrådgivare?

- ☐ < 2 år
- ☐ 2-5 år
- ☐ 5-10 år
- ☐ 10-15 år
- ☐ 15-20 år
- ☐ > 20 år
- ☐ Vet ej

Energi- och klimatrådgivningens organisation

11. Enligt vilken av nedanstående modeller har energi och klimatrådgivningen drivits år 2011 i din kommun?

- ☐ Egen regi. Kommunen har anställt en energi- och klimatrådgivare eller använder sig 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. (*Ange i nästa fråga vilka kommuner som ingår i detta samarbete*)
- ☐ Entreprenad. Kommunen har träffat avtal med konsultföretag eller annan part om att överlåta energi- och klimatrådgivningen på denna part.
- ☐ Annan modell beskriv: _____
- ☐ Vet ej

12. Ange vilka kommuner som har valt samarbetsmodellen.

Fyll i denna om du svarade samarbete på frågan ovan.

13. Vilken anställningsform har energi- och klimatrådgivaren?

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

- ☐ Tidsbegränsad tjänst (t ex projekt eller visstid)
- ☐ Tillsvidareanställning
- ☐ Annat, ange vad:

14. Om Tjänsten är vakant, ange orsak: _____

15. Var i den kommunala organisationen är energi- och klimatrådgivaren placerad?

Exempel på organisationsnivå är: samhällsbyggnadsförvaltning, miljö- och byggkontor, kommunledningskontor m fl. Vi vill således inte veta var du är placerad FYSISKT. Tillhör du inte den kommunala organisationen kan du välja mellan extern konsult eller annat. Väljer du annat ska du ange vilket.

- ☐ Kommunledning
- ☐ Miljöförvaltning
- ☐ Miljö- och byggförvaltning
- ☐ Samhällsbyggnadsförvaltning
- ☐ Teknisk förvaltning
- ☐ Fastighetsavdelning/-enhet
- ☐ Medborgarkontor/-service
- ☐ Stadsarkitekt/-planering
- ☐ Näringslivsenhet
- ☐ Extern konsult
- ☐ Annat. ange vad: _____

16. Hur mycket egna medel satsar kommunen per år på den kommunala energi- och klimatrådgivningen, dvs. utöver bidraget från Energi-myndigheten?

- ☐ 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
- ☐ Vet ej

17. Hur många timmar per vecka bedrivs kommunal energi- och klimatrådgivning?

Här ska timantalet per vecka anges som den person som besvarar enkäten bedriver energi- och klimatrådgivning i kommunen Observera att om tjänsten tillhör flera kommuner får timantalet delas upp mellan kommunerna.

- ☐ <10
- ☐ 11-20
- ☐ 21-30
- ☐ 31-40
- ☐ >40

18. Hur många timmar per vecka bedrivs det energi- och klimatrådgivning totalt i kommunen?

Här ska det totala timantalet per vecka anges om det finns fler än en energi- och klimatrådgivare i kommunen. Det betyder om det finns fler rådgivare kan timantalet överstiga 40 timmar per vecka.

- ☐ <10
- ☐ 11-20
- ☐ 21-30
- ☐ 31-40
- ☐ 41-50
- ☐ 51-60
- ☐ >60

Uppföljning av verksamhetsåret

Här följer några frågor om hur du har efterföljt din verksamhetsplanering.

Som hjälp att besvara följande frågor är det en fördel om du plockar fram din verksamhetsplan!

19. Har verksamhetsplanen för året följts?

- ☐ Ja
- ☐ Nej
- ☐ Delvis

20. Om du svarar nej, eller delvis: Vilka förändringar är gjorda?

– Skriv nedan:

Skriv ett svar här enbart om verksamhetsplanen INTE följts. Du behöver inte beskriva skälet för ändringen. Skriv i grova drag vilka förändringar i målgrupp och aktiviteter som gjorts. Skriv, inte alltför detaljerat. Skriv t ex under målgrupp: Vi har prioriterat företag framför hushåll och under Aktivitet: vi har genomfört företagsbesök istället för som planerat delta i villamässan

Målgrupp	Aktivitet

Marknadsföring

21. Hur har den kommunala energi- och klimatrådgivningen marknadsförts i din kommun under 2011?

Här vill vi veta om du använt dig av annonser i tidningar, gjort riktade reklamutskick till vissa målgrupper, skrivit egna artiklar, insändare eller svar på frågor i t ex lokaltidningar, kommuntidning till medborgarna m fl eller utnyttjat en egen webbplats för energi- och klimatrådgivningen.

- ☐ Annonsering
- ☐ Direktutskick
- ☐ Inlägg i lokala medier (till exempel frågelåda, artiklar, insändare)
- ☐ Egen webbplats
- ☐ Annat. Ange vad: _____

22. Antal annonser under 2011?

Här vill vi veta hur ofta du marknadsfört dig genom annonser i t ex tidningar, hur många gånger har du annonserat?

- ☐ 0
- ☐ 1-3
- ☐ 4-6
- ☐ 7-10
- ☐ 10 eller fler
- ☐ Vet ej

23. Antal direktutskick under 2011?

Här vill vi veta hur ofta du marknadsfört dig genom direktutskick, hur många gånger har du använt detta sätt att marknadsföra energi- och klimatrådgivningen?

- ☐ 0
- ☐ 1-3
- ☐ 4-6
- ☐ 7-10
- ☐ 10 eller fler
- ☐ Vet ej

24. ...varav direktutskick till små- och medelstora företag?

Här vill vi veta hur många gånger du använt dig av direktutskick till en specifik målgrupp: små- och medelstora företag.

- ☐ 0
- ☐ 1-3
- ☐ 4-6
- ☐ 7-10
- ☐ 10 eller fler
- ☐ Vet ej

25. Antal inlägg i lokala media under 2011?

Här vill vi veta hur många gånger du marknadsfört dig genom t ex insändare, egna skrivna artiklar och pressmeddelanden som publicerats i lokala medier som t ex lokaltidningar, regiontidningar, reklamblad, egna kommunala informationsblad till medborgarna eller lokalradio/TV mm. Inläggen kan också vara att man fått tidningar/radio/TV att skriva om vissa aktiviteter som energi- och klimatrådgivningen arrangerat eller deltagit i eller att man deltagit i "frågelådor", där medborgare kan skriva en fråga som energi- och klimatrådgivaren besvarar i tidningen.

- ☐ 0
- ☐ 1-3
- ☐ 4-6
- ☐ 7-10
- ☐ 10 eller fler
- ☐ Vet ej

26. 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
- ☐ Vet ej

27. Ungefär hur många unika besökare hade dessa sidor senaste året (2011)?

- ☐ <999
- ☐ 1000-4999
- ☐ 5000-9 999
- ☐ 10000-49 999
- ☐ 50000-99 999
- ☐ >100 001
- ☐ Kan inte uppskatta/räknar inte

28. Länkar ni till Energimyndighetens webbplats?

- ☐ Ja
- ☐ Nej
- ☐ Vet ej

Kontakter med Energimyndigheten

En del av din verksamhet är att ha olika former av kontakter med Energimyndigheten. Nedan följer några frågor om dessa kontakter.

29. 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
- ☐ Vet ej

30. Hur kan Energimyndigheten stödja dig bättre i ditt arbete som energi- och klimatrådgivare?

31. 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
- ☐ Vet ej

32. 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.

33. Saknar du någon information på Energimyndighetens webbplats?

- ☐ Nej
- ☐ Vet ej
- ☐ Ja, ange vad:

34. Hur ofta hänvisar du dina kontakter till Energimyndighetens webbplats?

- ☐ Några gånger per vecka
- ☐ Några gånger per månad
- ☐ Mer sällan
- ☐ Aldrig
- ☐ Vet ej

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.

35. Läser du Energimyndighetens elektroniska nyhetsbrev?

- ☐ 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
- ☐ Vet ej

36. Vilket innehåll vill du helst se i nyhetsbrevet?

37. Hur tycker du att nyhetsbrevet, som informationskälla, fungerar...?

- ☐ Mycket bra
- ☐ Ganska bra
- ☐ Varken bra eller dåligt
- ☐ Ganska dåligt
- ☐ Mycket dåligt
- ☐ Vet ej

38. Hur viktig är konferensen "Kraftsamling" för ditt arbete som energi- och klimatrådgivare?

- ☐ Mycket viktig
- ☐ Ganska viktig
- ☐ Varken viktig eller oviktig
- ☐ Ganska oviktig
- ☐ Mycket oviktig
- ☐ Vet ej

Energimyndighetens utbildningar för energi- och klimatrådgivarna

Här frågar vi efter utbildningar som genomförts/arrangerats genom Energimyndigheten. Andra utbildningar är inte av intresse i detta fall.

Är ni fler än en rådgivare i er kommun får ni komma överens om hur ni ska svara/svara tillsammans. Är ni flera rådgivare på flera kommuner är det en fördel om ni kan dela upp era kommuner sinsemellan.

39. Vilken eller vilka av de obligatoriska utbildningarna har du genomgått totalt, dvs även före 2011?

- ☐ Grundutbildningen
- ☐ Transportutbildningen
- ☐ Företagsutbildningen
- ☐ Vet ej

40. Vilka andra utbildningar som Energimyndigheten har genomfört/arrangerat har du gått 2011?

Observera att endast Energimyndighetens utbildningar avses med denna fråga.

- ☐ Media och kommunikation
- ☐ Fönster/sol
- ☐ Utvärdering
- ☐ Vet ej

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

- ☐ Ja
- ☐ Nej
- ☐ Vet ej

42. Vilken utbildning behöver du?

Besvaras om du svarat JA på frågan ovan

Kontakter regionala energikontor

43. Har du kontakt med något regionalt energikontor?

Här ska du ange OM du har kontakt med ditt regionala energikontor. Svarar du "ja" skall du ange ditt energikontor i nästa fråga. Svarar du "nej" ska du ange varför du väljer att inte ha kontakt.. Om du som fyller i enkäten inte är energi- och klimatrådgivaren, t ex när tjänsten är vakant kan du sätta kryss på "Vet ej".

- ☐ Ja
- ☐ Nej – om nej, skriv varför _____
- ☐ Vet ej

44. Vilket/vilka regionalt kontor?

Behöver bara besvaras om du svarat JA på fråga 47 ovan

- ☐ Sydost
- ☐ Värmland
- ☐ Halland
- ☐ Mälardalen
- ☐ Stockholm
- ☐ Region Örebro
- ☐ Skåne
- ☐ Östra Götaland
- ☐ Gävle Dala
- ☐ Hållbar Utveckling Väst
- ☐ Jämtland
- ☐ Norrbotten
- ☐ Västernorrland

45. Vilka kontakter har du haft med det regionala energikontoret under år 2011?

Kontakter kan se olika ut och ske i olika former. Här får du ett urval vanliga frågor. Det går att kryssa i flera alternativ.

- ☐ Deltagit i nätverksträffar eller liknande
- ☐ E-post eller telefonkontakter
- ☐ Deltagit i utbildningar
- ☐ Varit med och arrangerat aktiviteter tillsammans med det regionala energikontoret
- ☐ Annat, ange vad: _____

46. Hur bra fungerar ditt samarbete/stöd med det regionala energikontoret?

- ☐ Mycket bra
- ☐ Ganska bra
- ☐ Varken bra eller dåligt
- ☐ Ganska dåligt
- ☐ Mycket dåligt
- ☐ Vet ej

Samarbeten

47. Vilka samarbetar du med inom den kommunala organisationen?

- ☐ Agenda 21/miljöstrateg
- ☐ Miljökontor
- ☐ Bygghälsan
- ☐ Tekniska
- ☐ Fastighetsenhet
- ☐ Stadsplanering
- ☐ Barn/ungdom, skolor
- ☐ Trafikkontor
- ☐ Folkhälsa
- ☐ Konsumentrådgivning
- ☐ Näringslivsenhet
- ☐ Annat, ange vad: _____
- ☐ Vet ej

48. Vilka samarbetar du med externt?

Med externt menas utanför den kommunala organisationen

- ☐ Energikontor
- ☐ VVS-installatörer
- ☐ Föreningar
- ☐ Studieförbund
- ☐ Sotare
- ☐ Bygghälsan
- ☐ Länsstyrelsen
- ☐ Annat, ange vad: _____
- ☐ Vet ej

Ditt dagliga arbete som energi- och klimatrådgivare

Vi vill gärna ha en översiktlig beskrivning av hur du fördelar din tid som energi- och klimatrådgivare. Tidsaspekten i frågorna handlar dels om hur du delar din tid mellan olika målgrupper (allmänheten, företag och organisationer) och sedan hur du fördelar din tid på olika aktiviteter (telefonsamtal mässor m m.).

Dessa frågor skall besvaras med procentsatser, men procenttalen kan enbart räknas ihop och ge 100 för respektive fråga, dvs för målgrupper eller aktiviteter! Frågorna handlar om den totala tiden som ägnas åt energi- och klimatrådgivningen i din kommun på hela året.

Är ni fler rådgivare i en kommun får du ange er totala nedlagda tid, inte den enskilda rådgivarens. Jobbar du/ni åt flera kommuner skall tiden fördelas mellan kommunerna.

Rådgivning mot dina målgrupper

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

	Ingen tid alls	1-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%	Vet ej/ingen uppfattning
Allmänheten	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Företag	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Organisationer	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Annan målgrupp, ange vilken	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Genomförda aktiviteter

Här vill vi veta hur du fördelar din tid mellan olika aktiviteter, t ex rådgivning genom telefon, mail och besök på din arbetsplats (kontor).

Arrangerar du egna aktiviteter såsom temadagar, seminarier, infomöten osv? Genomför du rådgivning på annat sätt, t ex genom att sitta på biblioteket? Deltar du på mässor eller konferenser (som utställare eller föreläsare)? Har du mediekontakter till exempelvis lokaltidningar, lokalradio/TV? Hur mycket tid ägnar du åt din egen webbplats? Hur mycket tid ägnar du åt nätverkskontakter? Har du andra aktiviteter än de föreslagna alternativen kan du välja alternativet "annat", men då ska du ange vad du menar.

Vi vill också veta hur mycket av din tid som du lägger på administration. Med administration menas t ex tid för planering och uppföljning av verksamheten (inte av enskilda aktiviteter!), deltagande i interna möten på arbetsplatsen (som inte handlar om enskilda aktiviteter), t ex arbetsplatsmöten, planeringsmöten eller t ex redovisning av verksamheten för nämnder mm.

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

	Ingen tid alls	1-20%	21- 40%	41- 60%	61- 80%	81- 100%	Vet ej/ingen uppfattning
Rådgivning via telefon, besök och mail	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Arrangera egna aktiviteter	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Deltagande i regionala projekt	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Deltagande i mässor/kon- ferenser	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Mediekontakter	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Egna webbplatsen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Nätverkskontakter	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Besök på företag	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Administration	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Annat, ange vad	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Kvantitativa aspekter

Här frågas efter hur många/hur mycket av olika aktiviteter du genomfört. Hur många samtal, hur många mässor, hur många kontakter? Vi vet nu t ex hur mycket av din tid du lagt på målgruppen "allmänhet". Vi vet också hur mycket av din tid du lagt på telefonsamtal. Nu vill vi alltså veta: hur många har du pratat med? Och hur många av de du pratat med tillhör en viss målgrupp?

51. Ange antalet rådfrågningar du fått under 2011 i samband med telefon och mail eller besök du fått på kontoret

- ☐ Ingen
- ☐ 1-20
- ☐ 21-40
- ☐ 41-60
- ☐ 61-80
- ☐ 81-100
- ☐ 100 +
- ☐ Vet ej

- 52. Vid rådfrågningar via telefon och mail samt besökare på kontoret .
Hur stor andel av de inkommande telefonsamtalen och mailen kommer från respektive målgrupp?**

	0-25%	26-50%	51-75%	76-100%	Vet ej/ingen uppfattning
Allmänhet	☐	☐	☐	☐	☐
Företag	☐	☐	☐	☐	☐
Organisationer	☐	☐	☐	☐	☐
Annan målgrupp, ange vilken/vilka	☐	☐	☐	☐	☐

- 53. Vilka aktiviteter har du genomfört och hur många gånger?**

Här vill vi veta dels vad för typer av aktiviteter du genomfört under år 2011 samt hur många gånger. Temadagar, seminarier (som du arrangerar), kvällsföredrag och infomöten är samma typ av aktivitet, liksom mässor, utställningar och marknadsdagar.

	Inga	Nej	Vet ej	1-19	20-39	40-59	60-79	80-99	Fler än 100	Vet ej
Temadagar/seminarier	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Mässor/utställningar	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Företagsbesök	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Annan, ange vilken	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

- 54. Vid aktiviteter som temadagar/seminarier samt mässor/utställningar: har aktiviteten lett till fördjupande samtal och/eller uppföljande kontakter/rådfrågningar?**

Denna fråga syftar till om du kan ange om du fört fördjupande samtal vid aktiviteten, alternativt hur många kontakter som kommer tillbaka, dvs som tar en förnyad kontakt med energi- och klimatrådgivningen vid ett senare skede. Vi vill således inte veta antalet deltagare i aktiviteten!

- ☐ Ja
☐ Nej
☐ Vet ej

55. Kan du ange hur många sådana fördjupande/uppföljande samtal du för/fått vid dessa tillfällen?

Denna fråga syftar till om du kan ange hur många fördjupande samtal du fört vid aktiviteten, alternativt hur många kontakter som kommer tillbaka. Kryssa i ett genomsnitt per aktivitet.

- ☐ 1-20
- ☐ 21-40
- ☐ 41-60
- ☐ 61-80
- ☐ 81-100
- ☐ fler än 100
- ☐ Vet ej

56. Vilka aktiviteter har du som energi- och klimatrådgivare genomfört/arrangerat under år 2011?

Aktivitet	Antal deltagare	Aktivitetens ämne/tema	Målgrupp

57. Har du genomfört fler aktiviteter?

- ☐ Ja
- ☐ Nej

58. Ange fler aktiviteter

Aktivitet	Antal deltagare	Aktivitetens ämne/tema	Målgrupp

59. 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.

I kategorin ”Elavtal/fakturor” ingår elskatter och avgifter, byte av elleverantör, elavtal samt elpris.

I kategorin ”Företag allmänt” ingår ospecifika frågor om energianvändning riktat till företag.

I kategorin ”Annat/övrigt” kan du ange kategorier som ej är nämnda men som du uppfattar som en av dina tio vanligaste frågor.

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Energisparråd och el	Allmänna energisparråd/hushållsel										
	Miljö och klimatråd										
	Elsnåla vitvaror										
	Energibidrag										
	Elavtal/fakturor mm										
	Styr- och reglerutrustning										
	Belysning										
	Fönster										
	Isolering										
	Ventilation										
Bygg nytt och renovera	Bygga nytt/köpa/ renovera hus										
	Energideklarationer										
Värmekällor och konvertering	Vedeldning (panna, ackumulering)										
	Braskaminer										
	Pellets										
	Fjärrvärme										
	Värmepumpar										
	Elvärme/direktel										
	Konvertering av värmesystem										

Energikällor/konvertering	Solvärme												
	Solel												
	Vindel												
Transporter	Allmänna transportråd												
	Val av bil												
Företag	Företag - Tryckluft												
	Företag – styr- och regler												
	Företag – pumpar och fläktar												
	Företag allmänt												
	Företag . Effektvakter												
	Företag - Belysning												
Annat/övrigt													

Utvärdering av energi- och klimatrådgivningens effekter

Här vill vi veta om och i så fall hur du undersöker effekterna av ditt arbete med energi- och klimatrådgivningen. Hittills har du fått redovisa vad du gjort, nu vill vi veta om du har en uppfattning om vad du åstadkommit. Ange om och hur du ev har mätt effekten och vilka mätetal du använder.

60. Undersöker du effekterna av ditt arbete?

- ☐ Ja
- ☐ Nej
- ☐ Vet ej

61. Om du svarat ja på ovanstående fråga: På vilket sätt undersöker du effekterna av ditt arbete, dvs vilket metod använder du för detta?

- ☐ Enkäter
- ☐ Uppföljande kontakt
- ☐ Statistik
- ☐ Annat, var god ange vad/hur: _____

62. Om du svarat ja på frågan om du undersöker effekterna av ditt arbete: ange vilket resultat/ effekt ditt arbete som energi- och klimatrådgivare har haft:

Du behöver endast nämna de aktiviteter och eller målgrupper du valt att följa upp. Skriv kort! Textfälten klarar ca 25 tecken.

1. Aktivitet

Under aktivitet kan du t ex nämna:

- *Vad för aktiviteter genomfördes för att förändra målgruppens beteende? T ex 3 seminarier, utdelat informationsmaterial, utskick mm*
- *Ange hur väl känner målgruppen till projektet/aktiviteten? T ex "minst 80% av småhusägare känner till vårt projekt om xxx"*
- *Deltagande i aktiviteter, t ex "minst 10% av målgruppen har deltagit i informationsmötet"*
- *Eller: ange hur nöjd målgruppen var med aktiviteten, t ex 2minst 90% av deltagarna var nöjda"*

2. Beteendeförändring

Under beteendeförändring kan du t ex nämna:

- *Välja att ändra beteende eller teknik ("minst 5% av målgruppen planerar att installera solvärme")*
- *Teknik/förändring av beteende ("minst 1% (eller ett visst antal) genomför förändringen)*
- *Teknik/nöjdhet med förändringen (t ex minst 80% är nöjda med förändringen").*

3. Resultat

Resultat kan t ex anges som:

- *Långsiktig förändring av beteende och teknik, t ex "90% av de som genomför förändringen har den kvar efter 2 år"*
- *Minskad energianvändning, t ex "varje husägare sparar minst 4000 kWh/år"*
- *Minskat utsläpp av koldioxid, t ex "varje husägare minskar CO2-utsläppen med 400 kg/år"*

Se gärna Handboken "Utvärdera rådgivningen", Energimyndigheten, FSEK's utvärderingsprojekt för fler och mer konkreta exempel!

Aktivitet	Beteendeförändring	Resultat

Fokus framåt: hur kan vi vidareutveckla energi- och klimatrådgivningen?

63. Kan du ge goda exempel på vad som fungerat bra under året i din kommun inom energi- och klimatrådgivningen?

64. Kan du nämna förbättrings- eller utvecklingsområden för energi- och klimatrådgivningen?

Under denna fråga kan du skriva vad som kanske inte fungerat så bra under året, men där du ser en möjlighet eller ett behov av att förbättra verksamheten.

Utvecklingen kan ske lokalt och kanske du redan har en plan/idé som du vill delge andra, men frågan kan också vara av större dimensioner och av sådan art att ett större samarbete är nödvändig och du behöver ha hjälp med.

65. Är det något vi har glömt?

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.

Ett hållbart energisystem gynnar samhället

Energimyndigheten arbetar för ett hållbart energisystem, som förenar ekologisk hållbarhet, konkurrenskraft och försörjningstrygghet.

Vi utvecklar och förmedlar kunskap om effektivare energianvändning och andra energifrågor till hushåll, företag och myndigheter.

Förnybara energikällor får utvecklingsstöd, liksom smarta elnät och framtidens fordon och bränslen. Svenskt näringsliv får möjligheter till tillväxt genom att förverkliga sina innovationer och nya affärsidéer.

Vi deltar i internationella samarbeten för att nå klimatmålen, och hanterar olika styrmedel som elcertifikatsystemet och handeln med utsläppsrätter. Vi tar dessutom fram nationella analyser och prognoser, samt Sveriges officiella statistik på energiområdet.

Alla rapporter från Energimyndigheten finns tillgängliga på www.energimyndigheten.se.



Energimyndigheten, Box 310, 631 04 Eskilstuna
Telefon 016-544 20 00, Fax 016-544 20 99
E-post registrator@energimyndigheten.se
www.energimyndigheten.se