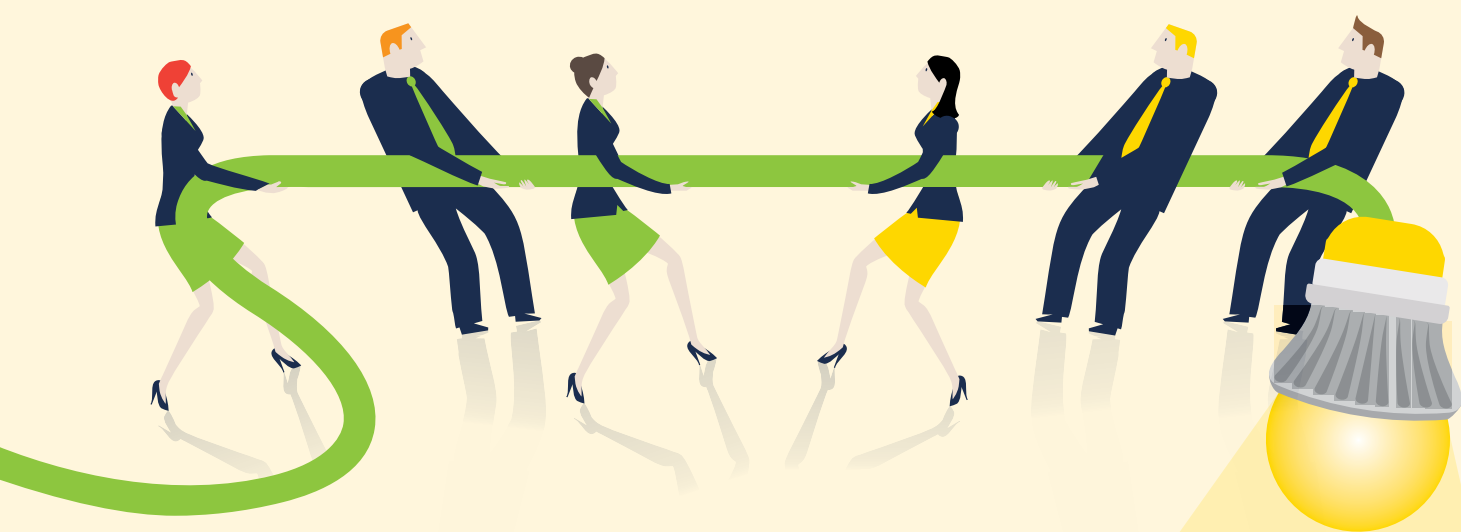


# SAMEN ENERGIE WINNEN

HANDBOEK  
VOOR ENERGIE TEAMS



## Colofon

Publicatie van Arbeid & Milieu, september 2017

Lay-out: [Maarten Zerelik](#)  
 Drukker: [Zwartopwit.be](#)  
 Foto's: [Arbeid & Milieu \(p. 9 & 15\)](#)  
[GreenDependent \(p. 8\)](#)  
[Viktor Hanacek \(p. 17\)](#)



Dit handboek is gebaseerd op het strategisch handboek, ontwikkeld in het kader van het Europees project Save@work en opgesteld door de Hongaarse partner GreenDependent Institute (Edina Vadovics, Kristóf Vadovics en Orsolya Antal) en de layouters van het project (Samantha Auden & Farm).

Deze publicatie is gepubliceerd onder de Creative commons licentie "Naamsvermelding-NietCommercieel-GeenAfgeleideWerken 4.0 Internationaal" (CC BY-NC-ND 4.0).

Gedrukt op 100% gerecycleerd papier (Cyclus print)



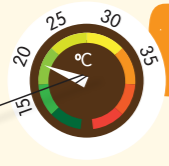
# SAMEN ENERGIE WINNEN

Samen Energie Winnen is een project voor bedrijven en organisaties waarbij de medewerkers in hun werkomgeving zich samen inzetten om energie te besparen. In de deelnemende gebouwen worden energieteams samengesteld die inzetten op gedragsverandering van de werknemers. Het project en de methodiek zijn gebaseerd op het succesvolle Europese project Save@work, waarbij energieteams in 176 gebouwen samen een gemiddelde besparing van 10% realiseerden. Dit is goed voor een besparing van bijna een half miljoen euro.

Dit handboek is een onderdeel van het begeleidingstraject van Arbeid & Milieu en helpt je om samen met je collega's aan de slag te gaan om energiebesparing in je gebouw te realiseren!

[www.samenenergiewinnen.be](http://www.samenenergiewinnen.be)

INHOUDSOPGAVE



**HOOFDSTUK 1** ..... 5  
Context

**HOOFDSTUK 2** ..... 6  
De methodiek

**HOOFDSTUK 3** ..... 7  
Het energieteam

**HOOFDSTUK 4** ..... 9  
Hoe zorg je voor een goede start van de campagne?

**HOOFDSTUK 5** ..... 12  
Motivatie en interesse vasthouden

**HOOFDSTUK 6** ..... 15  
Resultaten Save@work en gelijkaardige campagnes

**HOOFDSTUK 7** ..... 17  
Meer dan één campagne

**VOORSTELLING A&M** ..... 18



HOOFDSTUK 1

CONTEXT

**K**limaatverandering is een feit, energiekosten lopen op en mensen zijn bereid om zich samen in te zetten om hier tegenin te gaan. Dat bewees het succesvolle project Save@work, waarbij 21 Belgische energieteams samen een besparing van 8% realiseerden.

**Minder dan 2°C opwarming?**

Het IPCC<sup>1</sup> berekende dat als we onder een klimaatopwarming van 2°C willen blijven, we wereldwijd en over alle jaren opgeteld nog 2900 Gigaton mogen uitstoten. Aangezien we al 65% verbruikt hebben, schiet er maar 1000 Gigaton over. Aan het huidige tempo waarop we fossiele brandstoffen verbranden is dit 'mondiale koolstofbudget' binnen 20 à 30 jaar helemaal opgebruikt. De Europese doelstellingen voor 2030, om de klimaatverandering een halt toe te roepen, zijn:

- 40% reductie van broeikasgassen ten opzichte van 1990
- het aandeel hernieuwbare energie bedraagt minstens 27%
- verbetering van energie-efficiëntie met 27%

**Innovatie en gedragsverandering gaan hand in hand**

inzetten op energie-efficiëntie kan zowel via technologische verbeteringen als via gedragsverandering. Uit onderzoek blijkt dat je via gedragsverandering van werknemers in combinatie met kleine, structurele energiebesparende maatregelen tussen 5 en 20% energie kan besparen. Met de campagne Save@work werd in een jaar tijd een gezamenlijke reductie van 10% gehaald, dit is goed voor een besparing van bijna een half miljoen euro. Inzetten op gedragsverandering in gebouwen is slechts één van de vele vereiste maatregelen om onze CO<sub>2</sub>-uitstoot drastisch te doen dalen. Uiteraard zijn ook structurele veranderingen zoals goede isolatie en het investeren in hernieuwbare energie noodzakelijk.

**Snoei in energie, niet in jobs**

Gebouwen zijn energievreters: in Europa zijn ze verantwoordelijk voor 40% van het totale energieverbruik. Voor veel organisaties is het de op een na grootste uitgavenpost, na de loonkost. Inzetten op energiebesparing op het werk helpt dus niet alleen de klimaatverandering tegen te gaan, het is ook een kostenbesparing!

**De resultaten van het project Save@work tonen aan dat we - naast de noodzakelijke technologische innovatie en procesoptimalisatie - de rol van medewerkers in het terugdringen van energieverbruik niet mogen onderschatten.**

<sup>1</sup> IPCC, het Intergovernmental Panel on Climate Change, is een panel van honderden experts uit de hele wereld, en heeft als doel om op een wetenschappelijke wijze een duidelijke, transparante en objectieve evaluatie te maken van de beschikbare wetenschappelijke, technische en socio-economische informatie in verband met de klimaatveranderingen.

## HOOFDSTUK 2

## DE METHODIEK

6

De motor van de campagne is het energieteam, bestaande uit een aantal medewerkers van diverse diensten. Het energieteam brengt het huidige energieverbruik van het gebouw in kaart, gaat na hoe dit beperkt kan worden en verwerkt dit in het actieplan. Het energieteam komt geregeld samen om activiteiten en de campagne uit te voeren, verdeelt de taken en evalueert voorbijgaande acties.

Arbeid & Milieu ondersteunt en begeleidt het energieteam met onderstaande **tools om samen energie te besparen**.

Deze methodiek werd eerder succesvol toegepast tijdens de Europese campagne Save@work (zie p. 15).



Begeleiding bij samenstelling energieteam



Een energiecheck in het gebouw



Startworkshop voor het energieteam over energieverbruik, klimaatverandering en gedragsverandering



Begeleiding bij het opstellen en uitvoeren van een actieplan



Campagnemateriaal (posters en sjablonen, deurhangers, stickers ...)



Tweewekelijkse energietips die jou en je collega's helpen om energie te besparen



Een online tool om het energieverbruik te monitoren



Een startpakket met diverse eenvoudige instrumenten om energieverbruik te meten en verminderen, waaronder een energiemeter

*"Voor Save@work engageerden meer dan 120 werknemers zich in het energieteam van hun gebouw. Zij waren de motor van deze campagne. Ze kregen uiteraard heel wat tips en campagnemateriaal, maar het zijn de energieteams die dit op maat van hun collega's en hun gebouw vertaalden".*

## HOOFDSTUK 3

## HET ENERGIETEAM

7

Het energieteam bestaat uit een enthousiaste groep werknemers die zich geroepen voelt om de verandering naar een meer energiezuinig gebouw te stimuleren. Het energieteam verspreidt de informatie en maakt de collega's enthousiast om stappen te zetten naar een duurzaam of duurzamer energiegebruik. De leden van het energieteam zijn de ambassadeurs in ieder gebouw.

## Waarom een energieteam?

Door als team aan de slag te gaan, vergroot je de slagkracht van de campagne. Samen gaat het team op zoek naar de beste manier om de campagne te vertalen naar de specifieke situatie van het gebouw. Naargelang ieders competenties en voorkeuren worden de taken verdeeld. In een energieteam zitten idealiter 3 tot 10 personen. Dit aantal is afhankelijk van het totale aantal werknemers, de grootte van het gebouw en van het aantal werknemers dat bereid is om actief deel te nemen.

*"De energieteams zijn de motor van deze campagne. Indien de teamleden tijd en ondersteuning voor deze campagne krijgen, zien we fantastische realisaties"*  
- Karen, campagneleider Save@work in de UK.

*"Drie jaar geleden probeerde ik een dergelijke actie rond energiebesparing te organiseren. Het was toen niet simpel om op m'n eentje alles uit te zoeken en organiseren. De steun van het energieteam en van Arbeid & Milieu waren cruciaal om de campagne deze keer te doen slagen!"*  
- Ellen, energieteamleider stadhuis Diest.

## Het energieteam

Iedere werknemer die zich wil engageren voor deze campagne en hier tijd voor wil vrijmaken kan lid worden van het energieteam. Speciale voorkennis of ervaring is niet vereist.

De verschillende taken van het energieteam zijn:

- Beheer en organisatie van de campagne en het energieteam;
- Deelnemen aan de workshop georganiseerd voor het energieteam van je gebouw;
- In kaart brengen van mogelijke acties aan de hand van de energiechecklist;
- Op regelmatige basis vergaderen met het energieteam;
- Collega's informeren en motiveren;
- Organiseren van activiteiten, evenementen, wedstrijden in je gebouw;
- Ontwerpen van extra campagnemateriaal (vb. posters);
- Het energieverbruik van je gebouw noteren (bij voorkeur tweewekelijks);...

## Hoe vorm je een energieteam?

Zorg ervoor dat de mensen in je energieteam zich op vrijwillige basis engageren en dat het geen verplicht nummer is. Varieer de manieren om collega's hiervoor aan te spreken, mensen hebben immers verschillende voorkeuren om benaderd te worden. Wat mogelijk is zal afhangen van de mogelijkheden in je gebouw. Door de oproep algemeen bekend te maken, bereik je collega's waar je mogelijk zelf niet aan gedacht had. Dit kan via posters, flyers, en/of interne digitale communicatiekanalen. Indien mogelijk is het zeker een meerwaarde om de campagne onder de middag

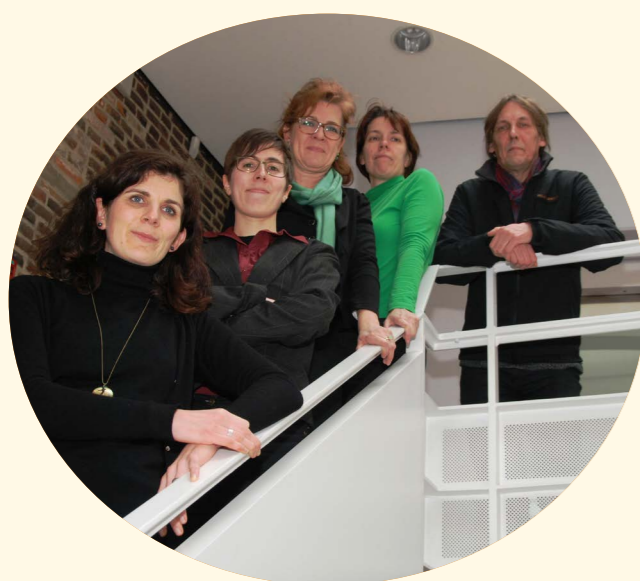
of tijdens een teamvergadering voor te stellen, waarbij je de mogelijkheid om aan te sluiten bij het energieteam toelicht. Spreek collega's ook individueel aan (mondeling of per mail). Op die manier kan je mensen uitnodigen van wie je weet dat je graag met hen samenwerkt of waarvan je denkt dat ze nuttig zijn en belangrijke vaardigheden te bieden hebben voor het energieteam en de campagne.

8

## TIP

Zoek naar een variatie in het team op volgende vlakken:

- **Variatie in interesse** voor de verschillende taken van het energieteam (communiceren, ontwerpen, organiseren, technische opvolging ...).
- **Ruimtelijke variatie:** zorg dat de verschillende verdiepingen of afdelingen van het gebouw een vertegenwoordiger hebben in het energieteam.
- **Variatie in functies en posities:** hierbij is het belangrijk om zowel uitvoerende als leidinggevende medewerkers te betrekken. Sommige medewerkers zijn strategisch belangrijk omdat ze de juiste positie hebben in je organisatie, of omdat ze de goede connecties hebben.



## Welke persoonlijke meerwaarde haal je uit je deelname aan het energieteam?

Er zijn heel wat voordelen, we sommen er slechts enkele op:

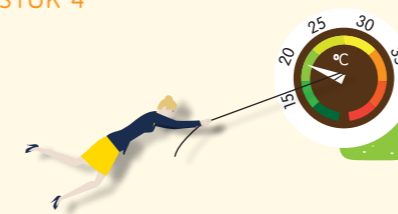
- Je maakt deel uit van een (nieuwe) groep collega's waarmee je samen een positieve actie onderneemt;
- Je krijgt de kans om je vaardigheden in een nieuw werkveld te ontwikkelen en om nieuwe vaardigheden te leren;
- Je leert samen met je collega's bij over klimaatverandering & energiebesparing, waarbij je tips krijgt die je ook thuis kan toepassen;
- Je helpt energie en geld sparen in je gebouw.

*"Door een jaar samen te werken als energieteam leerden we elkaar beter kennen, dit heeft een nieuwe dynamiek gebracht"*

- Joëlle, energieteamleider gemeentehuis Liedekerke.

*"De zoektocht naar een cartoonist om de campagne van beelden te voorzien leverde een nieuw (actief) lid op voor het energieteam."*

- Hilde, energieteamlid stadskantoor Leuven.



## HOOFDSTUK 4

### HOE ZORG JE VOOR EEN GOEDE START VAN DE CAMPAGNE?

**G**oed begonnen is half gewonnen. Steek daarom genoeg tijd en moeite in de voorbereiding en planning van de campagne. Zorg ervoor dat alle energieteamleden dezelfde doelen voor ogen hebben en weten wat zijn/haar rol en verantwoordelijkheden zijn. Maak afspraken met het management en/of de diensthoofden. En breng je collega's op de hoogte van de uitdaging die jullie samen aangaan.

#### Betrokkenheid van het management

Dat je mag meedoen aan deze campagne betekent alvast dat het management overtuigd is van het belang om (ook) via gedragsverandering in te zetten op energiebesparing. Hou het management regelmatig op de hoogte over de planning en vordering van de campagne. In het beste geval zetelt iemand van het management in het energieteam en kan hij/zij daarvoor zorgen. Zoniet kan je het management op de hoogte houden via korte vergaderingen en/of verslagen. Nodig voor belangrijke campagne-hoogtepunten, zoals een (start)evenement, afgevaardigden van het management uit. Je kan ze vragen om er een bijzondere rol in te vullen, bijvoorbeeld door het evenement officieel te openen.

## TIP

Nodig iemand van het management uit om de eerste vergadering van het energieteam bij te wonen en/of officieel te openen om aan iedereen te laten zien dat jullie hun steun hebben voor deze campagne.

#### Duidelijke afspraken met de diensthoofden

Maak niet alleen afspraken met het management, doe dit ook met de diensthoofden. Voorzie met hen tenminste één vergadering om te overleggen over onder andere onderstaande zaken:

- Informeer hen over de voordelen van deze campagne voor je bedrijf of organisatie.
- Hoeveel tijd mogen de energieteamleden per werkweek aan de campagne besteden?
- Van welke middelen mag je gebruik maken (bijvoorbeeld vergaderruimtes, materiaal voor de campagne, uren van andere werknemers)?
- Over welke aspecten van de campagne mag je naar buiten treden?
- Wie geeft er toestemming voor het gebruik van materialen, voor externe communicatie, ...?

#### Het energieteam: afspraken maken en samenwerken

De startworkshop is de eerste formele bijeenkomst van het energieteam. Nadien moet het energieteam op regelmatige basis samenkomen om de campagne verder vorm te geven en uit te voeren. Spreek op de eerste vergadering af hoe vaak jullie zullen vergaderen en plan meteen een volgende vergadering.



9

Wat je best bespreekt op de eerste vergadering met het energieteam:

- Leer iedereen kennen en vraag aan iedereen waarom hij of zij zich bij het team heeft aangesloten;
- Praat met elkaar over de verwachtingen die iedereen van de campagne heeft en bespreek of die verwachtingen eventueel moeten worden bijgesteld;
- Inventariseer bij iedereen welke kennis en vaardigheden hij of zij bezit en hoe die van nut kunnen zijn voor de campagne. Het gaat hierbij over zaken zoals foto's maken, wervende uitnodigingen schrijven, planning opmaken en opvolgen ... (zie ook voornaamste taken, op p. 7);
- Werk verder aan het actieplan (aanzet gebeurt op de startworkshop) en verdeel de taken onder de teamleden;
- Bespreek hoe je met elkaar en met je collega's zal communiceren: maken jullie een eigen mailinglist, een groep op een van de sociale media, krijgen jullie een vaste plek op het intranet?

Voor het samenstellen van het energieteam verwijzen we naar hoofdstuk 3.

## TIP

De ervaring leert dat de mensen die een gebouw en de apparaten in dat gebouw gebruiken, goed kunnen aangeven hoe ze hun gedrag en gewoontes zouden moeten veranderen om energie te kunnen besparen, ook al zijn ze geen experts. Het loont dus zeker de moeite om met ze te praten! Daarnaast is de kans groter dat ze actief zullen meedoen aan de campagne, als er ruimte is voor de inbreng van hun mening en ervaring.

## Energieverbruik in kaart brengen

Om de besparing te kunnen meten, verzamelt de verantwoordelijke de informatie over het huidige energieverbruik, dit is het referentieverbruik. Daarnaast is het aan het energieteam om met een energie-checklist het energieverbruik - en de kansen om te besparen - in kaart te brengen.

**"We hadden duidelijke informatie en goede ondersteuning voor het opstellen van ons actieplan. Dat is dan ook onze leidraad gebleven tijdens de campagne. De startworkshop was onontbeerlijk, net zoals betrokkenheid van de leden van het energieteam."**

- Clara, energieteamleider gemeentehuis Tremelo.

## Actieplan als leidraad

In het actieplan beschrijf je hoe het energieteam de campagne in jullie gebouw gaat uitwerken. Het opmaken van het actieplan is onderdeel van de startworkshop en bevat zowel taken om in te zetten op een goede communicatie, concrete maatregelen die moeten worden doorgevoerd als activiteiten die jullie willen organiseren voor de collega's.



## Collega's bij de campagne betrekken

Voor een succesvolle campagne zijn je collega's essentieel. Je moet hen overtuigen en motiveren zodat ze in actie schieten en meedoen. We geven je een aantal tips en ideeën om je collega's van in het begin bij de campagne te betrekken.

Allereerst moeten je collega's weten dat de campagne er is en moeten ze begrijpen waarom het voor hen zelf en het gebouw waardevol is om mee te doen. Het is van cruciaal belang om te benadrukken waarom het besparen van energie voor iedere werknemer op zich goed is. We geven je enkele voorbeelden:

- Als we minder energie verbruiken, gaan de energiekosten ook omlaag;
- Meedoen aan een campagne is goed voor het groepsgevoel: mensen krijgen de kans om in een andere context met elkaar samen te werken en dat leidt uiteindelijk tot een betere werksfeer;
- Tijdens de campagne kom je nieuwe dingen te weten, en pas je (nieuwe) vaardigheden toe die je normaal gesproken niet tijdens je werkuren zou gebruiken.
- Door het energieverbruik van je gebouw onder de loep te nemen, is de kans groot dat je werkplek ook een stuk aangenamer wordt, bijvoorbeeld door betere verlichting of betere isolatie.
- Ideeën en tips om energie te besparen, kun je ook meenemen naar huis, zodat je ook daar geld en energie kan besparen.
- ...

**"Doordat het IT team vertegenwoordigd was, zijn we er in geslaagd om wekelijks een 'pop-up' boodschap te laten verschijnen op het startscherm van alle computers in het gemeentehuis. De pop-up is steeds een energietip, waarbij we gebruik maken van opvallende afbeeldingen die de boodschap ludiek en aantrekkelijk maken."**

- energieteamleider gemeentehuis Tremelo.

Communiceer over de campagne via posters, mails, nieuwsbrieven,.... . Probeer om er van in het begin iets leuks van te maken: roep iedereen tijdens de lunch of aan het eind van de dag bij elkaar, zorg voor een hapje en een drankje en geef de belangrijkste informatie over de campagne. Je kunt ook een korte quiz organiseren over energie besparen en gerelateerde thema's en de werknemers in groepjes laten deelnemen.

Vervolgens is het van belang dat je collega's vertelt hoe ze aan de campagne kunnen meedoen en hoe ze energie kunnen besparen op hun werk. Met deze ideeën moet dat zeker lukken:

- Stuur je collega's regelmatig (bijvoorbeeld maandelijks) een leuke en informatieve nieuwsbrief;
- Zorg ervoor dat iedereen bekend is met het aanbod van de campagne (de thermometer, de energiemeter, ...);
- Communiceer de tweewekelijks bespaartips om steeds meer energie te besparen;
- Nodig collega's die geïnteresseerd zijn uit voor de vergaderingen van het energieteam of betrek hen op een andere manier (concrete taken, input verzamelen...);
- Hang voldoende tips en reminders op in het gebouw om mensen eraan te helpen herinneren op welke manier ze energie kunnen besparen (vb. "doe je computer uit als je weggaat en zet de verwarming lager"). Verwissel deze tips regelmatig;
- Maak een pagina aan op het intranet of een groep op sociale media, waarop je alle belangrijke informatie deelt en zorg ervoor dat je collega's de pagina/groep weten te vinden;
- Als je tijdens de campagne extra hulp nodig hebt, benader je collega's dan direct.

In hoofdstuk 5 vind je meer tips die focussen op het betrekken en gemotiveerd houden van je collega's.



## HOOFDSTUK 5

## MOTIVATIE EN INTERESSE VASTHOUDEN

12

**B**lijvende gedragsveranderingen bewerkstelligen doe je niet van de ene dag op de andere. Het is daarom goed dat deze campagne meerdere maanden duurt. Tegelijkertijd is het een uitdaging, aangezien je moet zorgen dat iedereen de hele campagne lang geïnteresseerd, gemotiveerd en betrokken blijft. We geven enkele tips om de interesse vast te houden.

## Houd contact

Herinner je collega's er regelmatig aan dat hun gebouw meedoet aan deze campagne. En informeer hen hoe ze precies energie kunnen besparen op hun werk. Het energieteam kent het gebouw en haar collega's zelf het best! Zet die kennis in om samen te bepalen hoe, hoe vaak en op welke manier je het effectiefst kan communiceren.

Enkele ideeën:

- Hang doorheen het gebouw stickers en posters op met een boodschap;
- Geef regelmatig updates over de campagne;
- Organiseer evenementen naar aanleiding van een belangrijke mijlpaal, om iets in gang te zetten of om informatie te delen;
- Organiseer workshops waarin jij en je collega's meer kunnen leren over energie besparen;
- Communiceer de tweewekelijkse tips om energie te besparen - steeds rond een ander thema- op een manier die past in je gebouw;
- Bied mensen de mogelijkheid om feedback en ideeën met jullie te delen, ook anoniem. Een (digitale) ideeënbus is daarvoor erg geschikt.

Vervang posters, flyers en stickers af en toe (iedere 2-3 maanden) om de dynamiek - en het verrassingseffect-erin te houden.

Het energieteam van het stadhuis van Diest maakte zelf een filmpje om haar deelname aan Save@work bekend te maken. Bekijk het filmpje via <http://tinyurl.com/saveatworkdiest>.

## TIP

**Door in het actieplan per maand/periode van de campagne een ander thema te kiezen (bijvoorbeeld verlichting, verwarming, kantoorbenodigdheden of de keuken), kan je behalve gericht energie besparen ook de informatie bundelen. Zo'n maand/periode kan je dan afronden met een quiz over het thema.**

## Voorzie feedback en updates

Collega's willen natuurlijk weten of alles wat ze doen om energie te besparen ook tot resultaten leidt. Met behulp van de tool die het energieverbruik monitort kun je zien of je gebouw al op de goede weg is op vlak van besparing. Deel deze resultaten met je collega's, dit kan per mail, via een intern magazine of via de eigen website. Je kan de resultaten ook op het prikbord of een centrale plaats in het gebouw hangen. Doe dit ook als de resultaten (nog) niet positief zijn: grafieken die weinig vooruitgang laten zien, leiden tot gesprekken en je collega's geraken zo misschien gemotiveerd om beter hun best te doen.

## Communiceer op verschillende manieren

De ene persoon is de andere niet en dat geldt ook voor wat hen motiveert (zie tabel) en de manier waarop ze het liefst informatie ontvangen. Houd er dus rekening mee dat je gebruikt maakt van verschillende communicatiekanalen (zowel posters, mails, persoonlijk contact...) en dat je de boodschap naar gelang varieert.

Sommige collega's voelen zich aangesproken om energie te besparen omdat ze CO<sub>2</sub> willen besparen, andere zien enkel de meerwaarde van de euro's die hiermee bespaard worden. Sommige collega's vinden het eigenlijk alleen maar aantrekkelijk omdat het eens iets anders is en zo'n gezamenlijke campagne een andere sfeer brengt op kantoor, nog anderen vinden het een boeiende technische uitdaging ....

13

Waarom meedoen aan een campagne om energie te besparen?	Motivatie voor wie? Voor welke afdeling?
<b>Om op het gebied van milieu beter te presteren</b> » door een lagere CO <sub>2</sub> -uitstoot en door minder fossiele brandstoffen te verbruiken	Diensthouders, milieudienst/milieucoördinatoren
<b>Om geld te besparen</b> » door een lager energieverbruik	Financiële dienst, management
<b>Om efficiënter te zijn</b> » door een bewuster gebruik van verwarming, verlichting en andere systemen en door de eventuele aanschaf van betere apparatuur	Diensthouders, milieudienst/milieucoördinatoren
<b>Voor een beter imago</b> » door een vergroot milieubewustzijn	Communicatiedienst, PR, management
<b>Een comfortabelere en gezondere werkplek</b> » door beter afstelbare verwarming, verlichting e.a., en een bewuster gebruik daarvan	Alle werknemers
<b>Om als publieke instelling een voorbeeldfunctie te vervullen</b> » door openlijk aan het milieu te werken	Management, diensthouders, communicatiedienst, milieudienst
<b>Om iets voor de maatschappij, voor toekomstige generaties te betekenen</b> » want iedereen heeft de verantwoordelijkheid	Alle werknemers
<b>Om iets nieuws te leren, nieuwe vaardigheden op te doen, voor je persoonlijke ontwikkeling</b> » tijdens de campagne zal er veel gelegenheid zijn om bij te leren	Alle werknemers
<b>Om samen met anderen te werken en plezier te hebben</b>	Alle werknemers

## Het gewenste gedrag aanmoedigen

Dagelijkse gewoontes aanpassen is niet makkelijk: het zijn vaak automatismen. We denken meestal niet bewust na over bijvoorbeeld het aan- en uitzetten van apparaten, het dichtdraaien van radiatorcranken of het aanpassen van de thermostaat (zie "De ladder van gedragsverandering"). Daarom is het belangrijk om gewenst gedrag aan te moedigen. Dat kun je onder andere doen door mensen te bedanken of belonen als je ze iets goeds ziet doen, door stickers en posters op te hangen en door erover te praten.

Enkele tips om gewenst gedrag aan te moedigen:

- Daag je collega's iedere maand uit voor bepaalde besparingen en beloon zij die de uitdaging aangaan;
- Zet collega's die zich extra inzetten voor de campagne in de bloemetjes;
- Organiseer een wedstrijd voor de meest creatieve/ ongebruikelijke/nuttige bespaartip voor jullie gebouw.

### De ladder van gedragsverandering

Voordat je het gedrag van iemand kan veranderen, moet die persoon eerst voldoende geïnformeerd zijn en zich bewust zijn van het 'verkeerd gedrag', hieruit kan bij die persoon een bezorgdheid ontstaan. De volgende stappen in het proces zijn inzicht krijgen in de situatie, wat kan leiden tot de intentie om het gedrag te veranderen. Van hieruit kan er een aftastend gedrag ontstaan: het gewenste gedrag wordt af en toe gesteld. Al deze stappen moeten worden doorlopen voordat je kan spreken van een gedragsverandering die blijvend is. Hou hierbij rekening met de communicatie die je voert. Meer over de ladder van gedragsverandering lees je op <http://7e-model.be/waarom-7e-2/>.

## Zo maak je van Samen Energie Winnen een leuke en interessante campagne

We doen het meest ons best voor werk dat we leuk en interessant vinden. Daarom is het belangrijk om tijdens de gehele campagne al je creativiteit in te zetten om collega's bij de campagne te betrekken en te zorgen dat iedereen plezier heeft in het besparen. Dat is helemaal niet zo moeilijk. We geven je enkele ideeën:

- Kijk en bespreek interessante films die met het milieu, klimaatverandering en het besparen van energie te maken hebben;
- Nodig interessante mensen uit om te komen praten over klimaatverandering en het besparen van energie;
- Organiseer leuke wedstrijdje en activiteiten over het thema van de campagne:
  - Ontbijt of lunch samen met iedereen die actief aan de campagne meedoet
  - Een quiz
  - Ga met een infostand op een lokaal evenement staan en laat mensen een quiz doen over het besparen van energie, etc.

**Het stadhuis van Halle nodigde hun werknemers uit om de voorstelling van Nic Balthazar bij te wonen. Dit was inspirerend, omdat hij de boodschap op een humoristische en heel persoonlijke manier brengt.**

## En tot slot: groepen zijn belangrijk

Vergeet niet om als team te werk te gaan! Het is veel moeilijker om in je eentje veranderingen in gang te zetten; werk dus nauw samen met je energieteam. Je kunt daarom een soort herkenningsteken voor de teamleden bedenken, bijvoorbeeld een bordje voor op je bureau of op de deur. Bovendien zien andere collega's dan meteen dat je aanspreekbaar bent als energieteamlid.

# HOOFDSTUK 6

## RESULTATEN SAVE@WORK EN GELIJKAARDIGE CAMPAGNES

De methodiek van Samen energie winnen is onder andere gebaseerd op het succesvolle Europese project Save@work. De resultaten van Save@work en gelijkaardige campagnes laten zien dat inzetten op gedragsverandering effectief is en een belangrijk onderdeel vormt van de vele maatregelen die nodig zijn om de klimaatverandering een halt toe te roepen.

### Save@work

De Europese campagne én wedstrijd Save@work liep van maart 2016 tot februari 2017 en vond plaats in 176 gebouwen verspreid over negen landen<sup>1</sup>. In totaal waren meer dan 17.000 werknemers betrokken, waarvan een achthonderd actief als energieteamlid. Een jaar lang hebben deze energieteams ingezet op gedragsverandering bij hun collega's. Samen realiseerden ze een besparing van 10%, dit is goed voor een besparing van bijna een half miljoen euro. Als Belgische partner ging Arbeid & Milieu, met hulp van de provincie Vlaams-Brabant, op zoek naar kantoorgebouwen van lokale besturen. De 21 Belgische energieteams realiseerden - samen met bijna 2.000 werknemers - een totale besparing van meer dan 776 000 kWh<sup>2</sup>. Dat is twee keer het jaarverbruik van het stadhuis van Diest met 74 werknemers.

Deze energiebesparing draagt bij aan het verwezenlijken van klimaatdoelstellingen, stimuleert werknemers om ook thuis aan de slag te gaan en resulteert in een blijvende kostenbesparing. Daarnaast draagt de campagne, door haar dienstoverschrijdende werking, bij aan een positieve werksfeer.

<sup>1</sup> België, Duitsland, Frankrijk, Groot-Brittannië, Hongarije, Italië, Letland, Oostenrijk en Zweden

<sup>2</sup> De energiebesparing is gebaseerd op het verschil in energiegebruik ten opzichte van voorgaande jaren.

Doordat iedereen vanuit zijn of haar functie relevante kennis en ervaring inbrengt, verhoogt de betrokkenheid van de werknemers en het nodige draagvlak voor een intern duurzaamheidsbeleid.

Met campagnes zoals Save@work worden economische, ecologische én sociale winsten geboekt.

### Hoe kan je Samen energie winnen?

In de deelnemende kantoren werd begin 2016 een energieteam samengesteld met medewerkers uit diverse diensten. De energieteams zetten zich een jaar lang in om energie te besparen door energiezuinig gedrag bij zichzelf en hun collega's aan te moedigen. Zij gaven het goede voorbeeld, verspreidden energietips en organiseerden acties. De stappenclashes, liftvrije weken en wedstrijden tussen de diensten onderling waren een groot succes. De energieteams brachten ook de energieslurpers in kaart en gingen aan de slag met enkele quick wins. Zo vervingen ze oude lampen door energiezuinige LED's, verwijderden ze overbodige lampen, plaatsten ze timers en regelden ze een onderhoud en betere afstelling van de verwarmingsinstallatie.





Save@work was ook een wedstrijd. Het gemeentehuis van Zemst realiseerde de grootste besparing. Het energieteam en de werknemers zorgden samen voor een daling van maar liefst 25% ten opzicht van de referentieperiode. Met deze straffe score werd Vlaanderen ook de Europese winnaar. **"Het hele jaar door hebben de energieteamleden zich hard ingezet om de verwarming of airco uit te zetten of lichten te doven in lege vergaderlokalen of bureaus. Deze acties, in samenwerking met de collega's en kleinere maatregelen zoals een betere verwarmingsregeling hebben de 25% besparing opgeleverd. De wedstrijdformule zorgde voor de extra motivatie,"** zegt een fiere schepen Koen Vandermeiren. De stad Diest kreeg in België de prijs voor het voeren van de beste campagne.

## Energy Trophy



Aan de de Europese wedstrijd **Energy Trophy** deden kantoorgebouwen van bedrijven en overheidsinstellingen mee. Via gedragsverandering van werknemers en kleine investeringen leverde deze campagne een energiebesparing op van 10,8%. De bibliotheek Silistra (Bulgarije) slaagde erin 29% minder energie te verbruiken door zich te richten op het trainen van hun werknemers en door ze actief te motiveren om energie te besparen. Het bestuur van het arrondissement Loire (Frankrijk) realiseerde een energiebesparing van 42% en verminderde zijn energierekening daardoor met €7000. Goedkope maatregelen, zoals het verwijderen van overbodige lampen, de aanschaf van stekkerdozen met een schakelaar voor alle elektrische apparaten en een informatiecampaagne over het besparen van energie voor de werknemers waren de belangrijkste succesfactoren.

## WWF Green Office



**WWF Green Office** biedt kantoorgebouwen een eenvoudiger systeem voor milieumanagement en certificering, gericht op het beperken van de broeikasgasuitstoot. Het Green Office team van de Metropolia Universiteit in Helsinki boekte in 2013 succes door de nauwe samenwerking met haar IT-afdeling. Het computersysteem kreeg een update, waarbij een nieuw, gecentraliseerd systeem werd ingevoerd met een energiebespaar en -monitorings tool. De werknemers kregen via een e-mail gedetailleerde instructies over het afsluiten van hun computers en schermen. Verder plakten ze ook stickers boven de lichtknoppen. De universiteit realiseerde hiermee een daling van 12% op het elektriciteitsverbruik. Leuk weetje: de instellingen waren ook van toepassing op de zes andere campussen, die hiermee geïnspireerd werden om zich aan te sluiten bij de Green Office activiteiten.

## Groene Apen

Met het project **Groene Apen** begeleidde Ecolife bibliotheken, cultuur- en gemeenschapscentra (2012-2014). De medewerkers zetten in op maatregelen en initiatieven die de CO<sub>2</sub>-impact van de eigen werking verkleinen. Enkele goede voorbeelden zijn de implementatie van allerlei 'eco-technieken' bij CC Muze te Heusden-Zolder, de introductie van LED-verlichting in het cultureel centrum van Strombeek en de geslaagde sensibilisatie-acties rond trap- in plaats van liftgebruik in de bibliotheek van Sint-Niklaas.

## Energierijid



Ook in zorginstellingen werkt de methodiek, dat bewijst de campagne Energierijid in Nederland. Tijdens de drie wintermaanden gaan de werknemers van verschillende zorglocaties de uitdaging aan om zoveel mogelijk energie te besparen. Zowel bewoners, personeel, management en soms ook mensen uit de buurt zijn bij deze wedstrijd betrokken. Gemiddeld realiseren de deelnemende locaties 10 à 15% besparing op de energierekening. De Energierijid is een project van Urgenda, Meneer de Leeuw en Habion.

Meer info: [Energierijid.nl](http://Energierijid.nl)



## HOOFDSTUK 7

### MEER DAN ÉÉN CAMPAGNE

#### Met een toekomstplan in de hand

We weten dat enkele maanden campagne voeren niet volstaat als je wil inzetten op (blijvende) gedragsverandering. Daarom zal het energieteam op het einde van de campagne samen een toekomstplan uitwerken. Het plan wordt de leidraad om als energieteam verder te gaan en bevat daarom concrete acties. Tevens worden ook de structurele obstakels opgenomen, deze vormen een bottom-up input voor het management om in te zetten op infrastructurele verbeteringen aan het gebouw.

#### Niet alleen energie

Het energieteam kan zich ontpoppen tot klimaatteam of duurzaamheidsteam. Na enkele maanden werken rond energie, willen jullie misschien ook wel werken rond mobiliteit, afval, water...

En ook thuis valt er waarschijnlijk nog heel wat energie te besparen. De kans is groot dat collega's ook thuis enkele energietips zullen toepassen.

De resultaten kunnen ze registreren via een energietool zoals [www.energieid.be](http://www.energieid.be).

#### Iedereen hernieuwbaar?

De goedkoopste en meest milieuvriendelijke energie is diegene die je niet gebruikt.

Maar als je dan toch energie gebruikt, ga dan voor hernieuwbaar. Ook hier kan je als energieteam een strijdpunt van maken, door te investeren in hernieuwbare energie en/of door het kiezen van een echte groene stroomleverancier.

Meer info: [www.iedereenhernieuwbaar.be](http://www.iedereenhernieuwbaar.be) en [mijnroenestroom.be](http://mijnroenestroom.be)





Arbeid & Milieu (A&M) wil betrokkenheid van onderuit stimuleren om de transitie naar een groene én rechtvaardige economie te versnellen. We verzamelen niet alleen de goede voorbeelden, we werken er ook zelf aan mee, onder andere met projecten zoals Save@work en Samen Energie Winnen.

[www.a-m.be](http://www.a-m.be) • [info@a-m.be](mailto:info@a-m.be) • 02 325 35 01

Arbeid & Milieu werkt voor Samen Energie Winnen verder op de ervaring en resultaten van Save@work, een door de EU gefinancierd Horizon 2020 project (GA 649660).\*

De negen partners van Save@work zijn:



B.&S.U. Beratungs- und Service-Gesellschaft  
Umwelt mbH  
[www.bsu-berlin.de](http://www.bsu-berlin.de)  
Duitsland



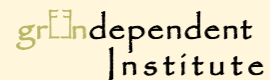
Grazer ENERGIEAgentur  
GmbH  
[grazer-ea.at/](http://grazer-ea.at/)  
Oostenrijk



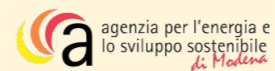
Arbeid & Milieu  
VZW  
[www.a-m.be](http://www.a-m.be)  
België



Prioriterre  
Frankrijk



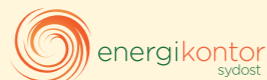
GreenDependent  
Institute  
[greendependent.org/](http://greendependent.org/)  
Hongarije



Agenzia per l'Energia e lo Sviluppo  
Sostenibile di Modena - AESS  
[www.aess-modena.it/](http://www.aess-modena.it/)  
Italië



Ekodoma  
[www.ekodoma.lv](http://www.ekodoma.lv)  
Letland



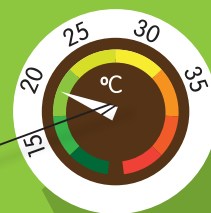
Energikontor Sydost  
AB  
[energikontorsydost.se/](http://energikontorsydost.se/)  
Zweden



Severn Wye Energy Agency  
[severnwye.org.uk/](http://severnwye.org.uk/)  
Groot-Brittannië



\*De volledige verantwoordelijkheid voor de inhoud van dit handboek ligt bij de auteurs. Het handboek komt niet noodzakelijkerwijs overeen met de standpunten van de Europese Unie. Het EASME noch de Europese Commissie is op enige wijze verantwoordelijk voor de inhoud van dit handboek.



Dit handboek **Samen Energie Winnen** is een onderdeel van het begeleidingstraject van Arbeid & Milieu. In dit traject ga je samen met je collega's aan de slag om energiebesparing in je gebouw te realiseren!

[www.samenenergiewinnen.be](http://www.samenenergiewinnen.be)

