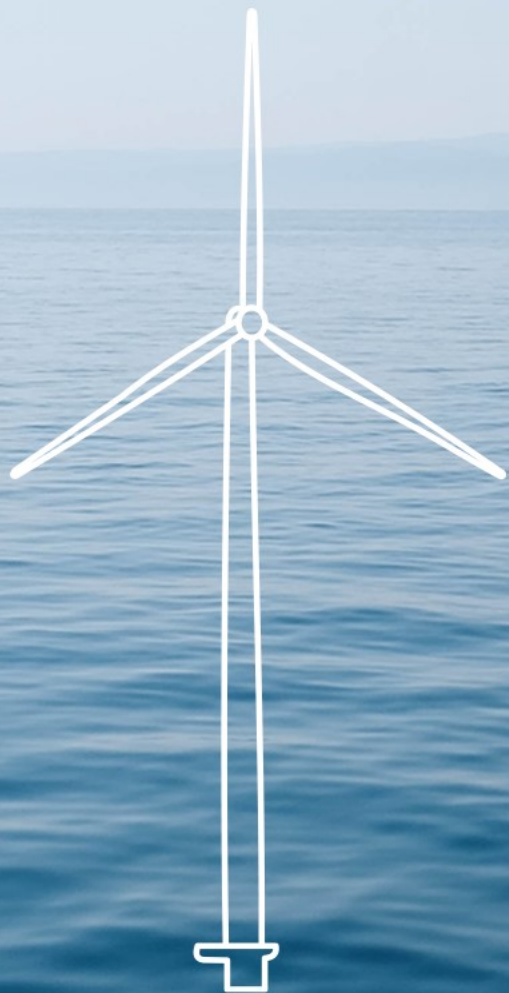


OPERATE



Kampagneevaluering

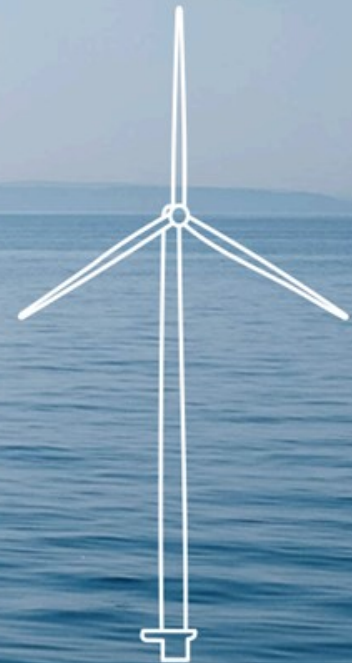
National energisparekampagne

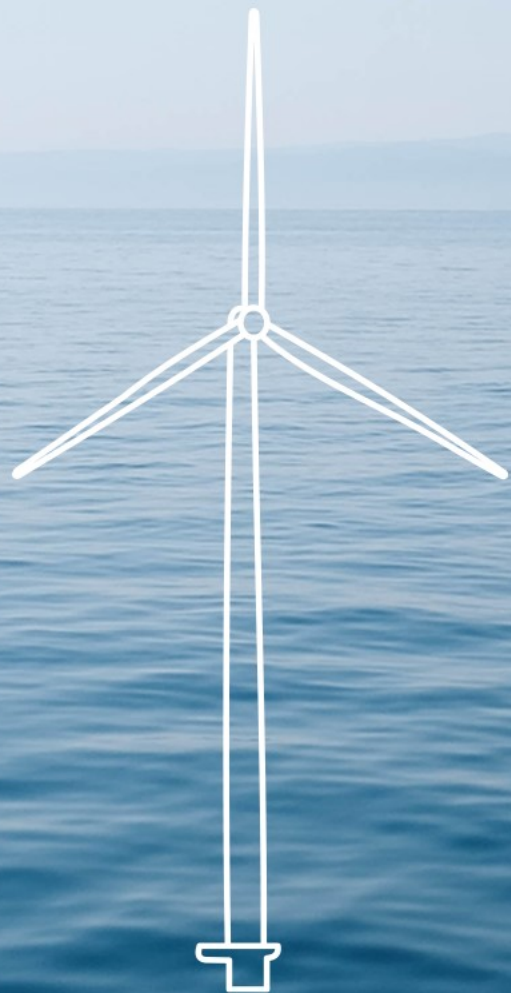
Operate for Energistyrelsen, januar 2023

Agenda

Evaluering af borgersporet

Evaluering af arbejdspladssporet





Kampagneevaluering

National energisparekampagne
- borgerspor

Operate for Energistyrelsen, januar 2023

Formålet med evalueringen af borgersporet er at belyse:

#1



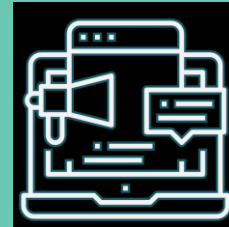
Udvikling i
grundstemning ift.
energibesparelser
(april-jan)

#2



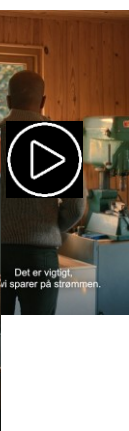
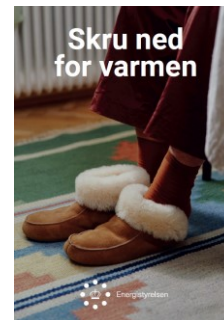
Evaluering af
kampagneindsats
overfor danskerne
(april-jan)

#3

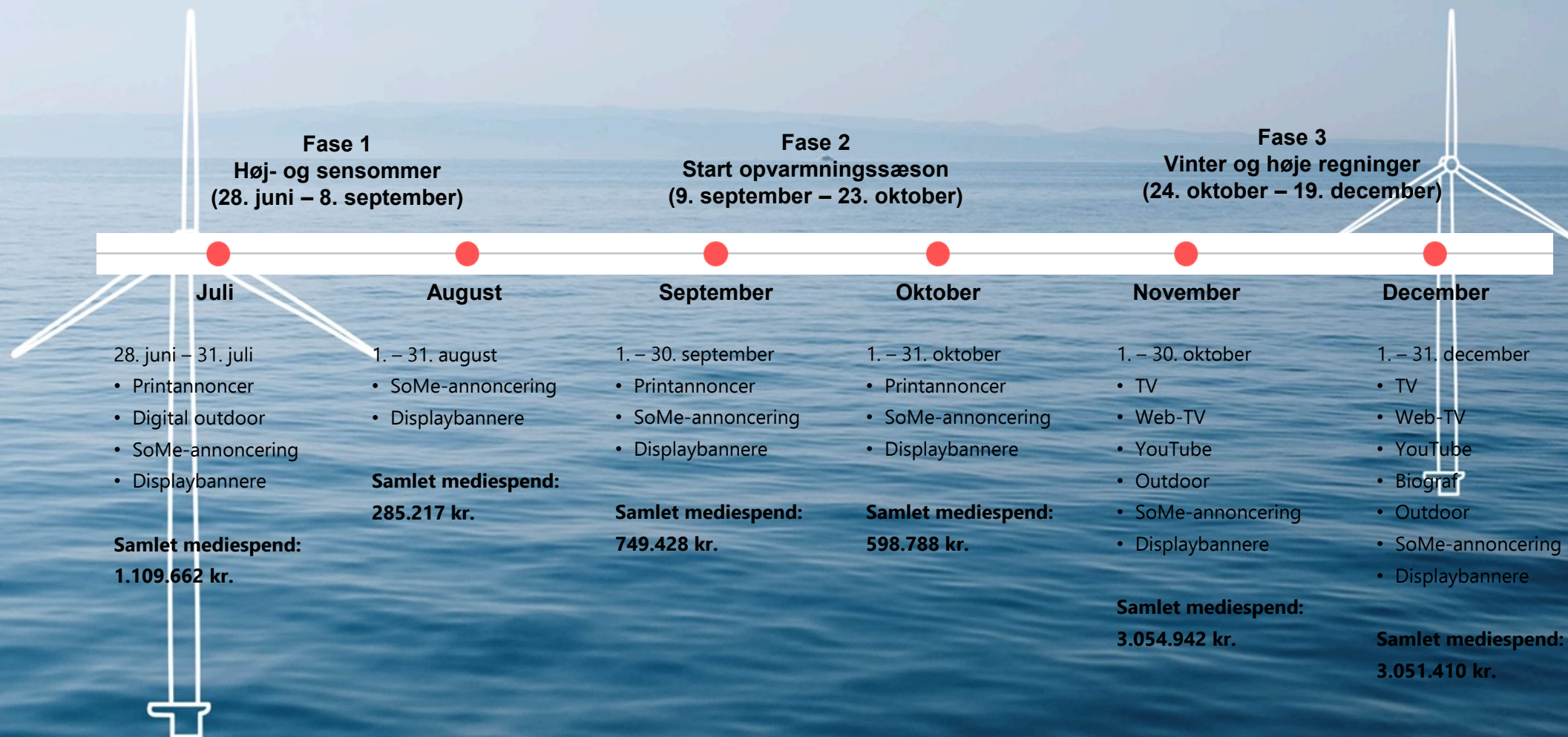


Udvikling i sporeadfærd
som følge af
kampagnen
(april-jan)

Kampagnematerialer til borgersporet



Annonceringsdata





Fem nøgleindsigter

Kvantitative indsigter på tværs af borgersporet



Fem centrale indsigter om borgernes energibesparelser

#1



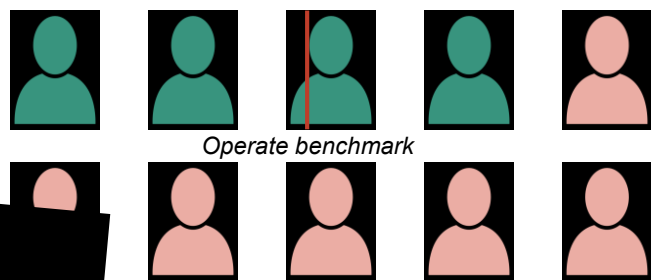
Kampagnen er nået bredt ud til danskerne

1,8+ mio. danskere har set kampagnen i uge 50-

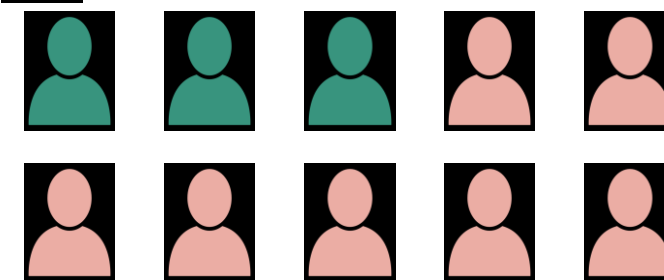
1

Stærkt tilfredsstillende erindring af både film og spareråd - film er set af 1,8 mio. danskere i uge 50-1 – råd af 1,4 mio.

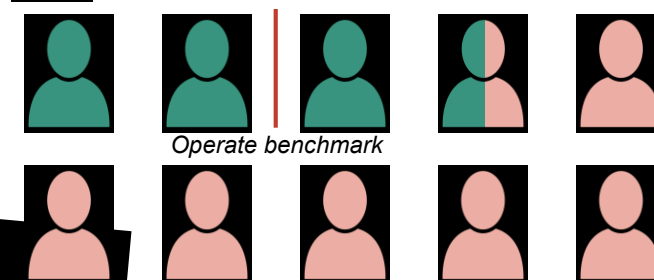
Har du set denne film indenfor sidste måned?



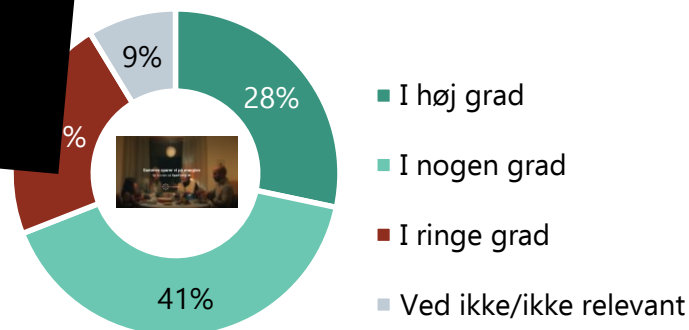
Har du set disse spareråd indenfor sidste måned?



Har du set disse spareråd?



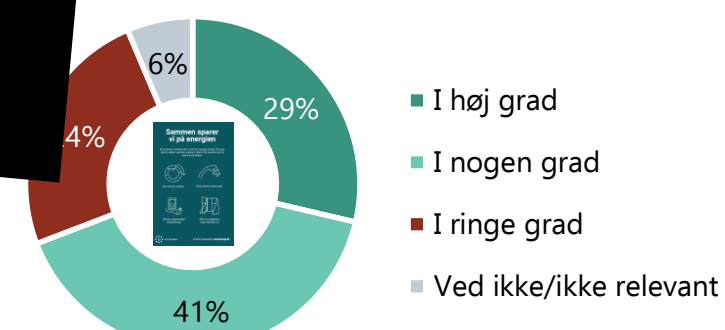
Motiverer filmen dig til at spare på energien?



N=2000

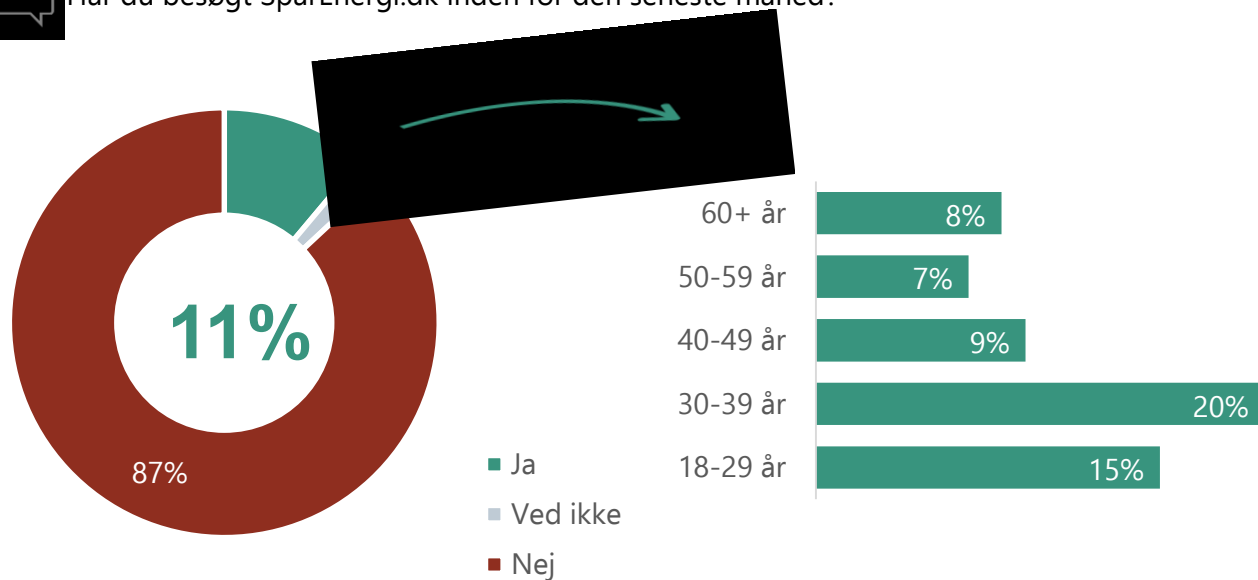


Hjælper rådene dig til at spare på energien?

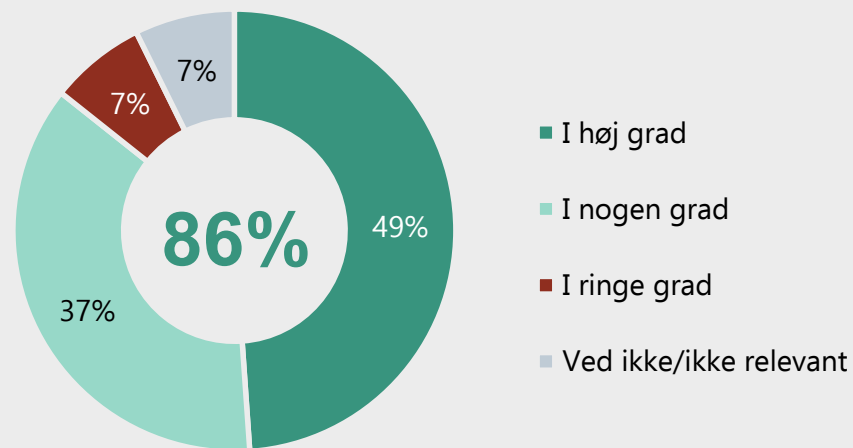


11% har benyttet SparEnergi.dk indenfor seneste måned - og hele 86% mener kampagnen hjælper med at spare energi

Har du besøgt SparEnergi.dk inden for den seneste måned?



Kampagnen har til formål at oplyse danskerne om, hvordan man kan spare på energien. I hvilken grad synes du det lykkes?



Fem centrale indsigter om borgernes energibesparelser

#1



Kampagnen er nået bredt ud til danskerne

1,8+ mio. danskere har set kampagnen i uge 50-1

#2



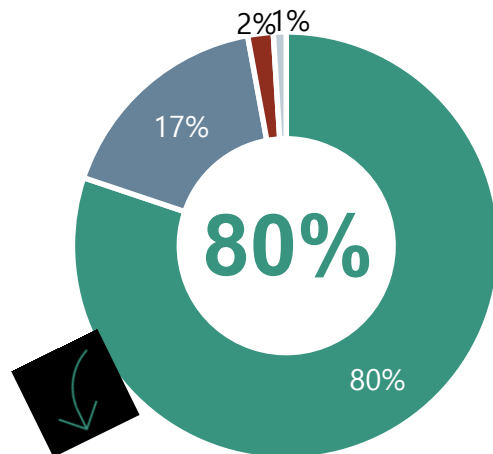
Sparemotivation er markant forstærket

Grundstemningen har rykket sig i positiv retning ift. april

På alle 3 spareområder er mere end 3 ud af 4 mere motiverede nu end de var for et år siden



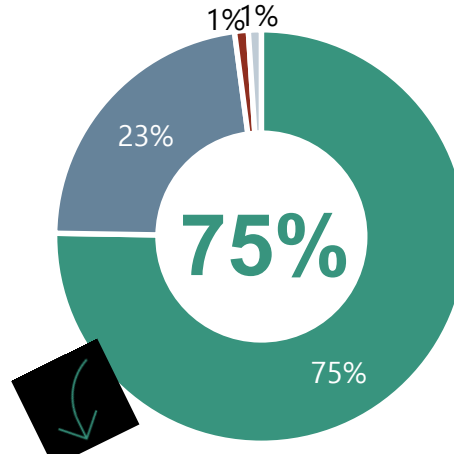
Hvor motiveret er du for at spare på dit *elforbrug* sammenlignet med for et år siden?



8 ud af 10 danskerne er mere motiverede for at spare, end de var for et år siden.



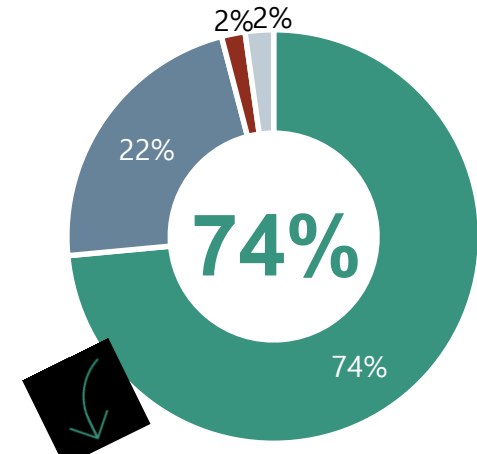
Hvor motiveret er du for at spare på dit *varmeforbrug og varmtvandsforbrug* sammenlignet med for et år siden?



Knap 8 ud af 10 danskere er mere motiverede for at spare, end de var for et år siden.



Hvor motiveret er du for at *bruge el* når den er billigst, sammenlignet med for et år siden?



Knap 8 ud af 10 danskere er mere motiverede for at bruge el når det er billigst, end de var for et år siden.

■ Jeg er mere motiveret end for et år siden

■ Uændret

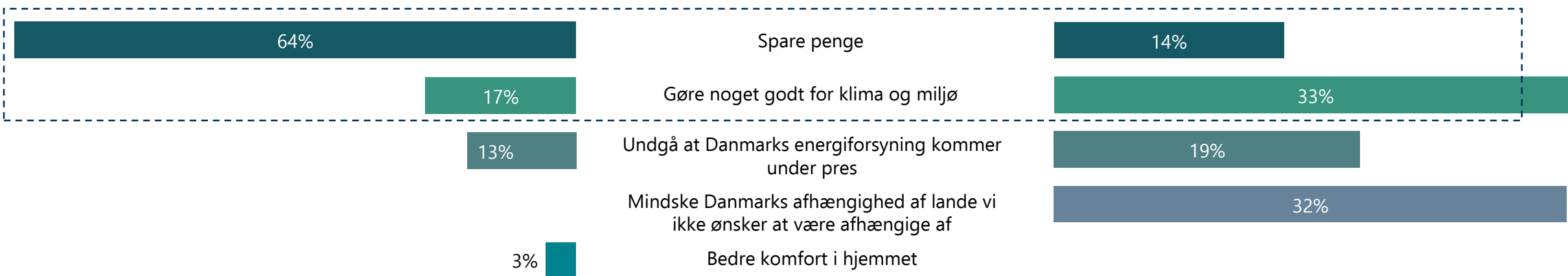
■ Jeg er mindre motiveret end for et år siden

■ Ved ikke

Sparemotiver varierer afhængig af om vi bevæger os på samfunds- eller individniveau



Hvad er den vigtigste grund til at du personligt sparer på energien i din hverdag?



Hvad er den vigtigste grund til, at vi skal spare på energien i Danmark?

N= 1764: Motiveret for at spare mere på energien

N= 1754: Mener vi skal spare mere på energien

Fem centrale indsigter om borgernes energibesparelser

#1



Kampagnen er nået bredt ud til danskerne

1,8+ mio. danskere har set kampagnen i uge 50-1

#2



Sparemotivation er markant forstærket

Grundstemningen har rykket sig i positiv retning ift. april

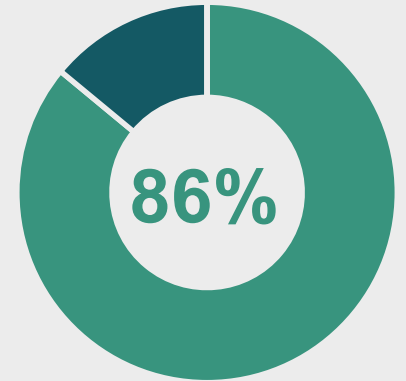
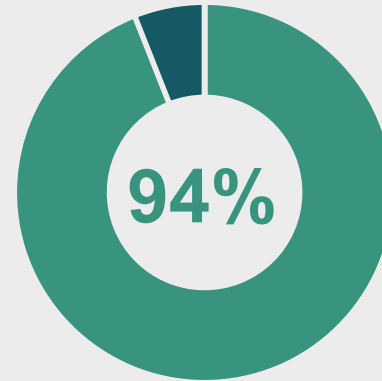
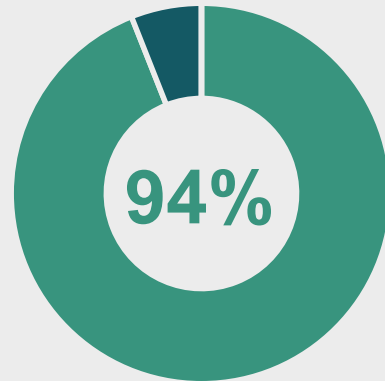
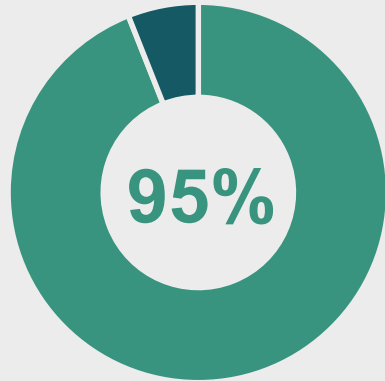
#3



Kendskabet til sparerådene er højt

9 ud af 10 danskere kender vores spareråd

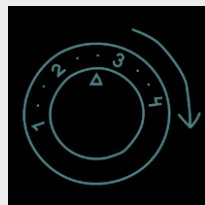
Massivt kendskab til de fire spareråd blandt danskerne



af danskerne kender til sparerådet...



**Sluk for
unødvendigt
strømforbrug**



**Skru ned for
varmen**

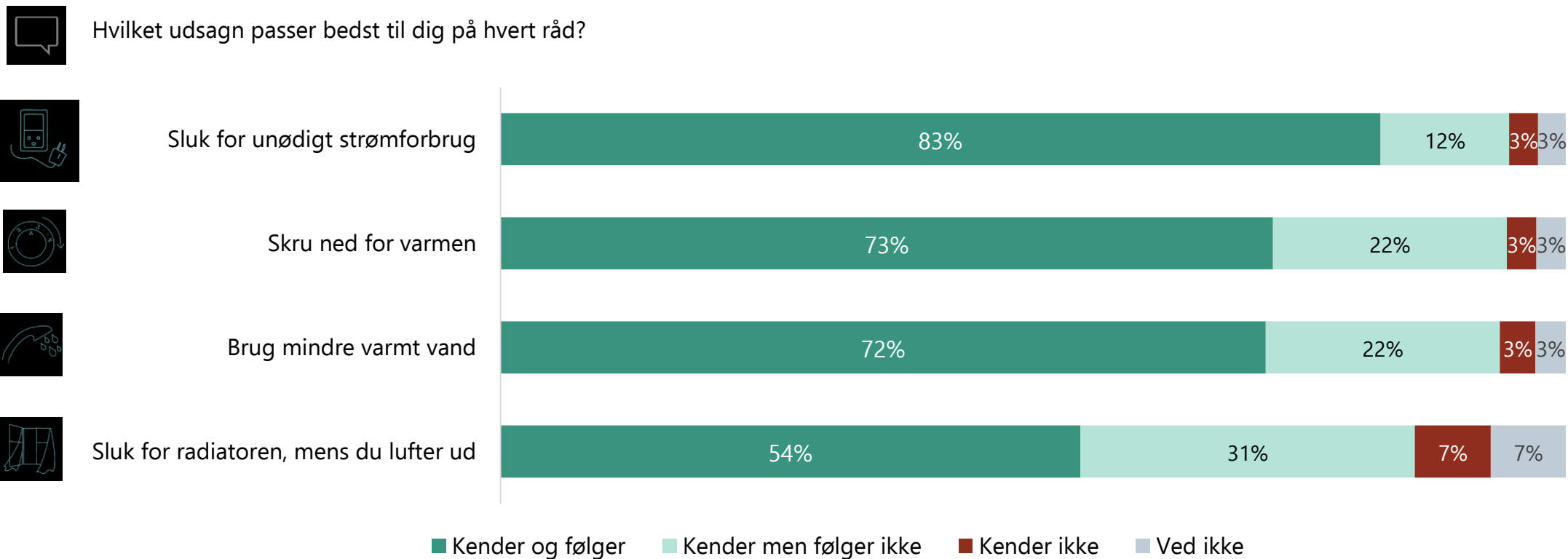


**Brug mindre
varmt vand**



**Sluk for radiatoren,
mens du lufter ud**

Modenheden er lavest på at slukke radiator ved udluftning - men selv der er den høj



Fem centrale indsigter om borgernes energibesparelser

#1



Kampagnen er nået bredt ud til danskerne

–
1,8+ mio. danskere har set kampagnen i uge 50-1

#2



Sparemotivation er markant forstærket

–
Grundstemningen har rykket sig i positiv retning ift. april

#3



Kendskabet til sparerådene er højt

–
9 ud af 10 danskere kender vores spareråd

#4



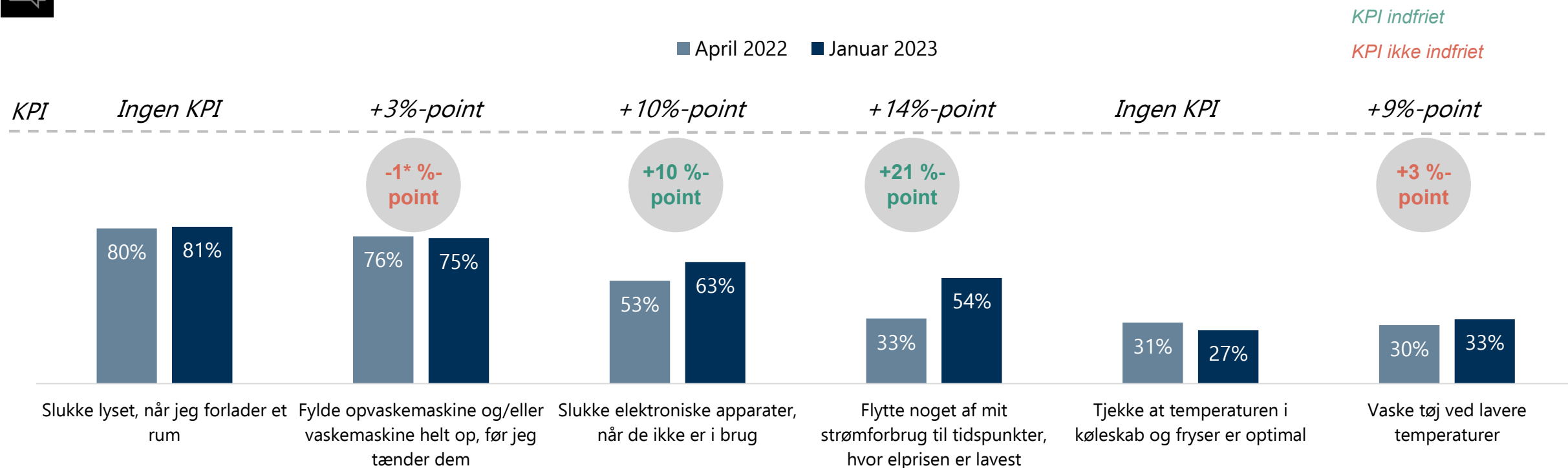
Markant el- og varmebesparelse ift. for et år siden –

–
Der spares på energien i langt større omfang end i april 2022

Der spares mere på strøm og især på de råd I har oplyst om - kæmpe fremgang på at flytte forbrug til når pris er lavest



Hvilke af følgende handlinger har du gjort for at spare på strømmen og/eller elregningen inden for de seneste seks måneder?



N = april varierer mellem 1802-1988. N, januar varierer mellem 1797-1947 fordi "Ikke relevant" er frasorteret.

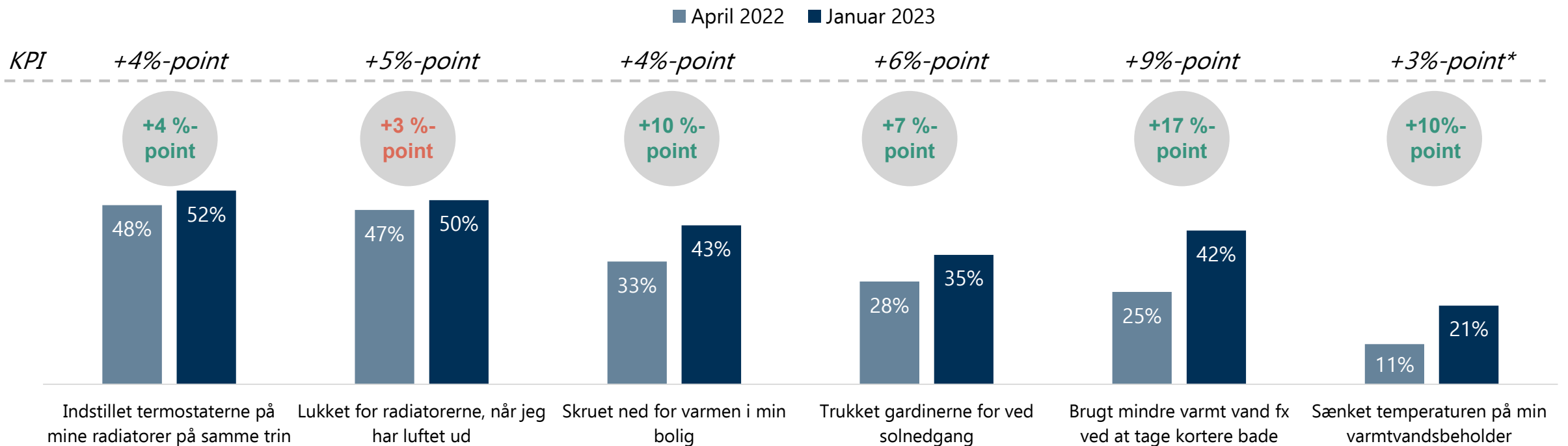
Der spares også på varmen ift. april 2022 og alle mål er forbedrede

- størst fremgang ses på kortere bade

Hvilke af følgende har du gjort for at spare på varmen og det varme vand inden for de seneste seks måneder?

KPI indfriet

KPI ikke indfriet



N = april varierer mellem 1393-1944. N, januar varierer mellem 1797-1947 fordi "ikke relevant er frasorteret".

Fem centrale indsigter om borgernes energibesparelser

#1



Kampagnen er nået bredt ud til danskerne

1,8+ mio. danskere har set kampagnen i uge 50-

1

#2



Sparemotivation er markant forstærket

Grundstemningen har rykket sig i positiv retning ift. april

#3



Kendskabet til sparerådene er højt

9 ud af 10 danskere kender vores spareråd

#4



Markant el- og varmebesparelse ift. for et år siden –

Der spares på energien i langt større omfang end i april

#5



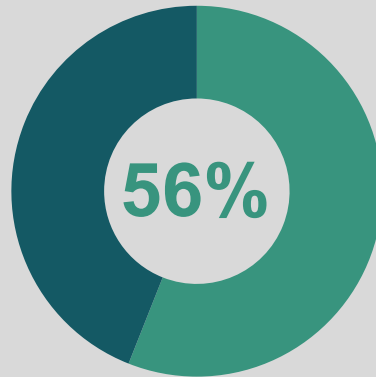
Optimering og renovering er på lavere niveau

De store og dyre indsatser halter efter de små og billige

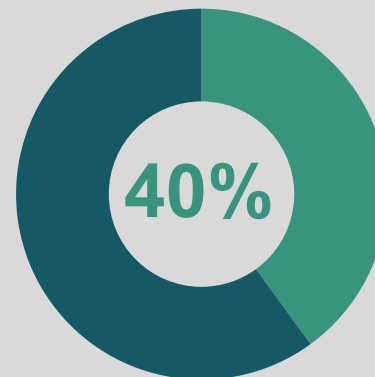
Danskerne er motiverede for at energioptimere boligen – men det er dyrt og vidensniveauet kunne være højere



Energioptimeringer og boligrenoveringer har ikke oplevet samme udvikling som forbrugsbaserede besparelser



... på trods af at **hele 56%** af danskerne er motiverede for at **energioptimere**

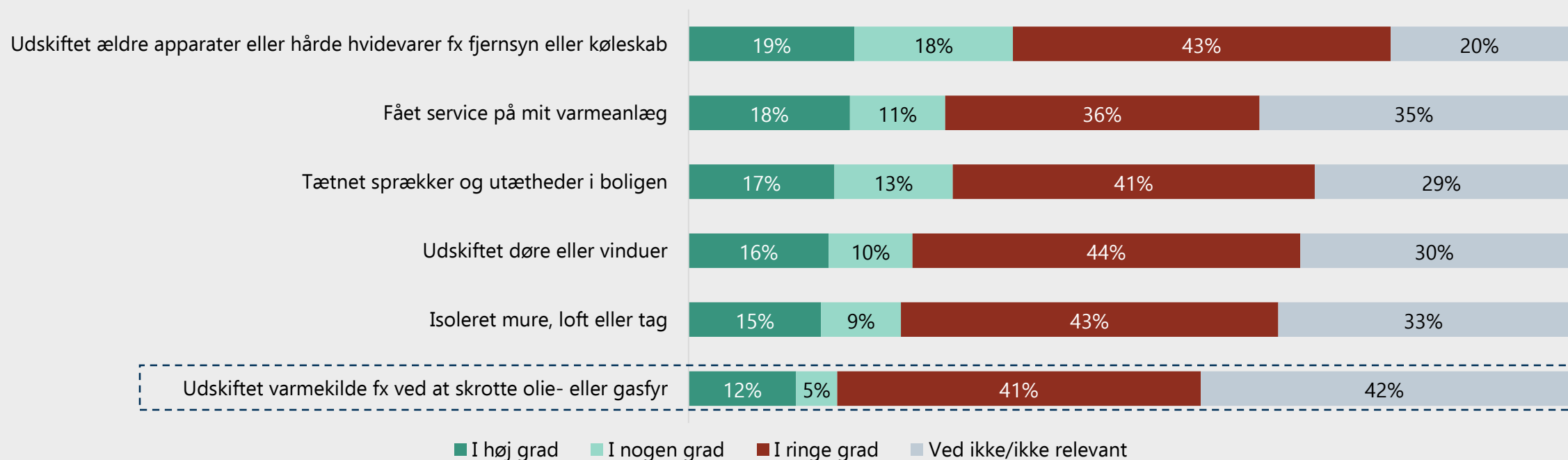


4 ud af 10 danskere føler sig godt klædt på med viden om energioptimeringer

Motivationen materialiseres også i handlinger – dog i mindre grad i de mere omkostningstunge muligheder



Hvilke af følgende har du gjort for at energioptimere din nuværende bolig?



N=2000. "I meget høj grad" og "i høj grad" er kombineret. Det samme er "slet ikke" og "i ringe grad"

Kernerresultater på kanalperformance

Kampagnen har haft massiv eksponering

281,1 mio. eksponeringer

Næsten alle danskere er nået

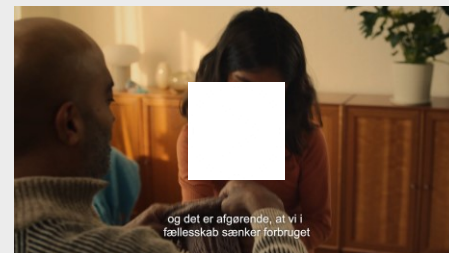
på tværs af alle faser, indsatser og kanaler

524 unikke downloads af materialepakken*

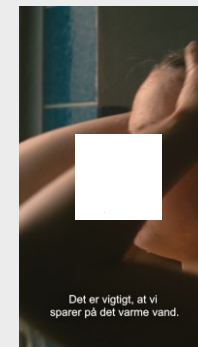
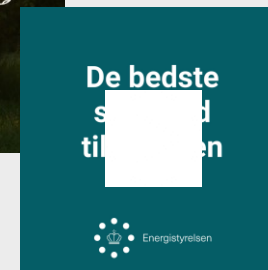
1,2 mio. sessions på kampagnens landing pages**

*Downloads af Energistyrelsen og Viegand Maagøe er sorteret fra.

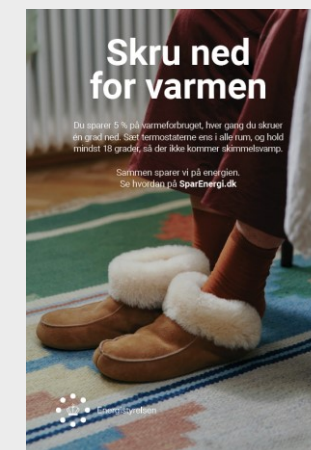
**Sessions er det, der kommer tættest på 'besøg' i Google Analytics. Dertil er der 24.165 besøg fra Leadfamily-siderne (da det er misvisende at sammenlægge de to tal, er de 24.165 besøg ikke inkluderet i tallet for oven).



65,7 mio. eksponeringer i biograf, på TV, webTV og YouTube



45,6 mio. eksponeringer på SoMe



120,4 mio. eksponeringer med outdoor



Anbefalinger

Kvantitative indsigter på tværs af borgersporet

5 anbefalinger der peger fremad

1. Styrk indsatsen over for yngre målgrupper
2. Fokuser endnu mere på langsigtede energibesparelser
3. Adfærd og samfundsmotivation kobles tættere
4. Spareråd og adfærdsændringer skal blive til vaner
5. Indfri potentialer i spareråd med komforttab

Sammen sparer vi på energien

El og varme er blevet dyrt, fordi der mangler energi i Europa. Skal vi sikkert gennem vinteren, skal vi stå sammen om at spare på energien.



Skru ned for varmen



Brug mindre varmt vand



Sluk for unødvendigt strømforbrug



Sluk for radiatoren, mens du lufte ud

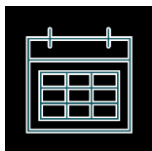
Kampagneevaluering

National energisparekampagne
- Beslutningstagere og medarbejdere

Operate for Energistyrelsen, januar 2023

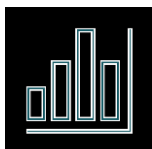


Kort om analysen

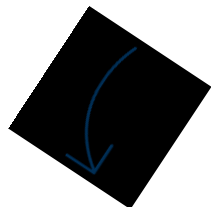


Dataindsamlingen for december-målingen er foretaget i perioden 12. - 20. december 2022.

Juni-målingen er indsamlet i perioden 21. – 31. juni 2022.



Både blandt medarbejdere og beslutningstagere er der kvoteret på virksomhedsstørrelse, mens vi har naturligt udfald på branche.



Oversigt over annonceforgbrug på sociale medier:

30/9-30/10: 151.912,60 kr.

1/11-30/11: 224.305,86 kr.

1/12 til 31/12: 313.821,14 kr. (LinkedIn) + 25.000 kr. (Facebook) = 338.821,4 kr.

Print:



Fire helsidesannoncer i Børsen og Berlingske Business (to i hver) d. 05.10 & 11.10

Investering: 150.000

Displayannoncering:

Fra 5.10 i uge 40 til 30.10 i uge 43.

Investering: 200.000

	Mikro 1-9 ansatte	Små 10-49 ansatte	Mellem 50-249 ansatte	Store 250-1000+ ansatte	Total
 Medarbejdere	46 9%	171 34%	211 42%	72 14%	500 100%
 Beslutningstagere	138 28%	109 32%	162 32%	91 18%	500 100%

Hvem er målgruppen



Medarbejdere

Medarbejderne på de danske arbejdspladser kan gøre en stor forskel med små handlinger i hverdagen. Kampagnen skal lykkes med at få medarbejdere til at ændre adfærd, der kan spare energi.



Beslutningstagere

Ledere kan tage beslutninger om energibesparende tiltag på kontoret, i bygninger og/eller om at igangsætte en særlig indsats over for medarbejdere. Kampagnen skal motivere ledere til at handle.

Kampagnen retter sig ikke mod de tungere energiomstillinger i industrien mv., hvor Energistyrelsen har en række andre initiativer



Tre nøgleindsigter

Kvantitative indsigter på tværs af beslutningstager/arbejdspladssporet

Tre centrale indsigter om beslutningstagerne

#1



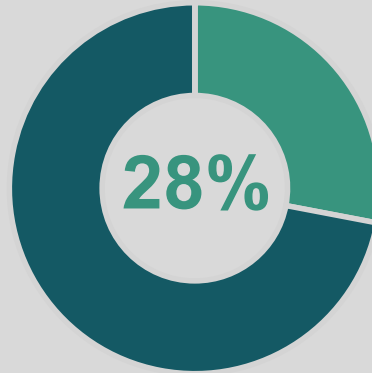
Kampagnen er nået godt ud

-
Beslutningstagerne er aktiveret og rådene er blevet anvendt

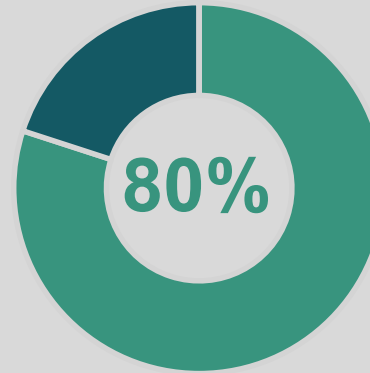
Beslutningstagerne har taget kampagnen og indsatsen til sig – hele 3 ud af 10 har brugt materialet



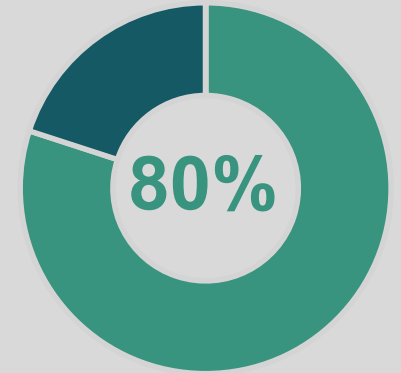
Kampagnematerialerne er blevet anvendt stærkt tilfredsstillende af beslutningstagerne på arbejdspladserne



3/10 arbejdspladser (bredt) har benyttet sig af ENS materialet – det er et flot resultat (vi skal huske det er reel anvendelse vi måler på)



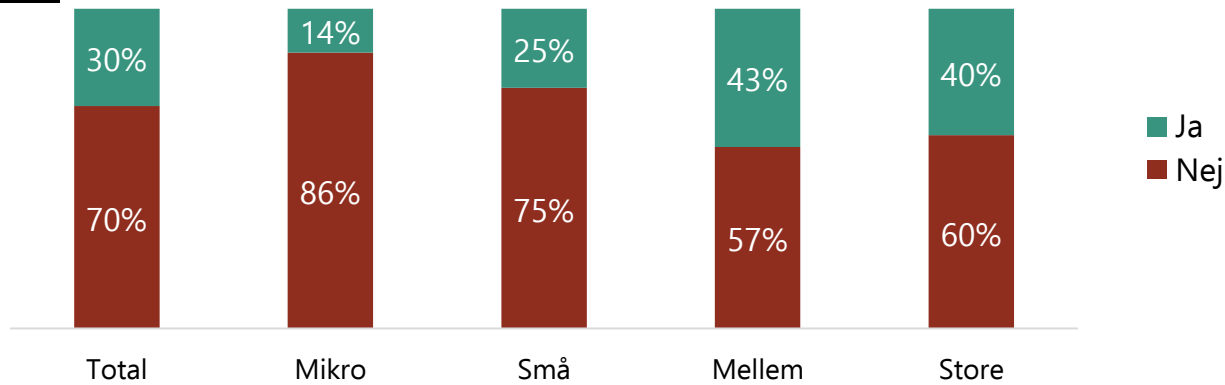
8/10 beslutningstagerer føler sig motiveret af sparerådene – i fokusbrancher er det næsten 9/10



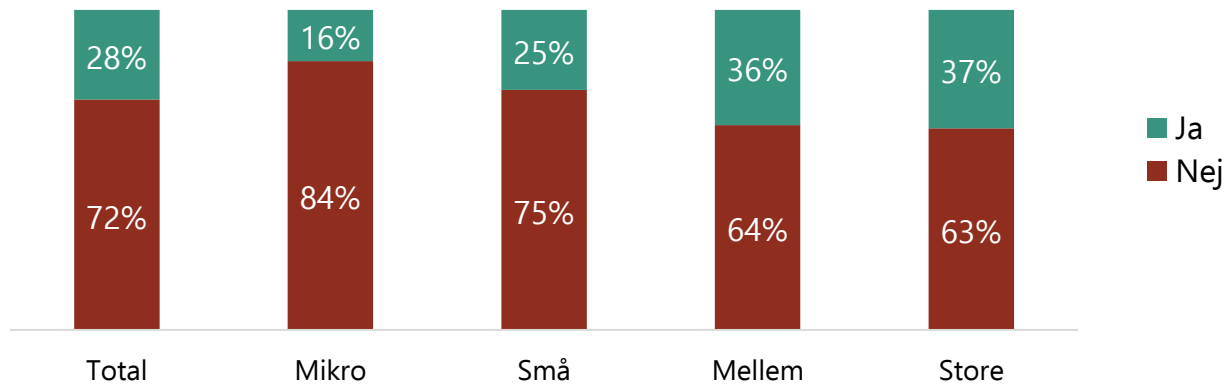
8/10 beslutningstagerer føler at kampagnen lykkes med at motivere til adfærdsforandring

Kampagnen er især slået igennem på mellemstore + store arbejdspladser

Har du set disse spareråd på din arbejdsplads?



Har du brugt materiale fra Energistyrelsen/SparEnergi til at spare på energien på din arbejdsplads?



N=500



Tre centrale indsigter om beslutningstagerne

#1



Kampagnen er nået godt ud

–
Beslutningstagerne er aktiveret og rådene er blevet anvendt

#2



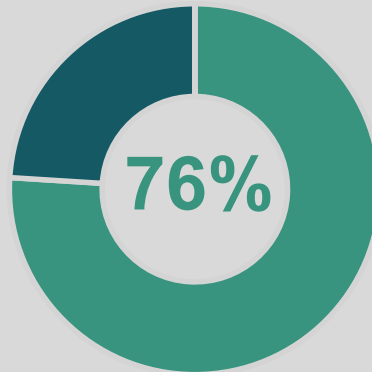
Sparemotivation er forstærket juni-december

–
Grundstemningen har rykket sig markant i positiv retning

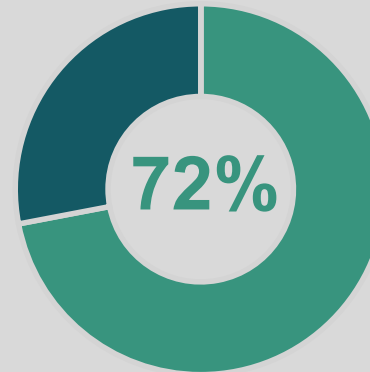
Beslutningstagerne er blevet markant mere motiverede til at spare på energien det seneste år



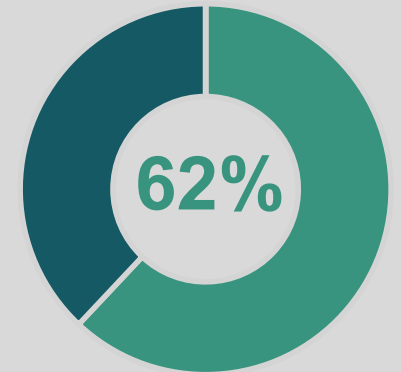
Beslutningstagerne er, sammenlignet med for et år siden, blevet **markant mere motiverede for at spare på energien**



... er mere motiverede for at **spare på elforbruget** sammenlignet med sidste år.

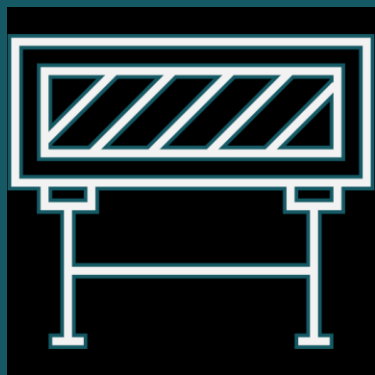


... er mere motiverede for at **spare på varmtvands- og varmekonsumet** sammenlignet med sidste år.



... er mere motiverede for at **energioptimere på arbejdspladsen** sammenlignet med sidste år.

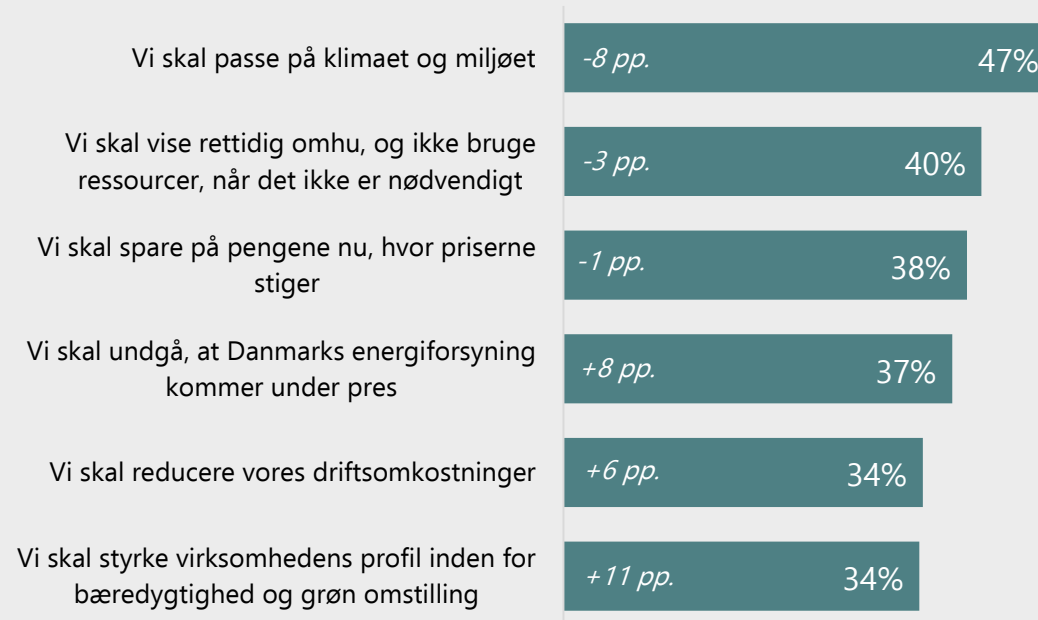
Flere stærke motiver bag besparelser for beslutningstagerne



Beslutningstagernes motiver og barrierer for energibesparelser er siden juni skiftet en smule. **Økonomiske motiver er vokset**, og hensynet til klima og miljø er ikke lige så udbredt – men stadig den primære drivkraft



Hvad er de 3 vigtigste grunde til, at du mener din arbejdsplads skal spare på energien? Top 5.



I kursiv er udviklingen i %-point fra juni til december angivet.

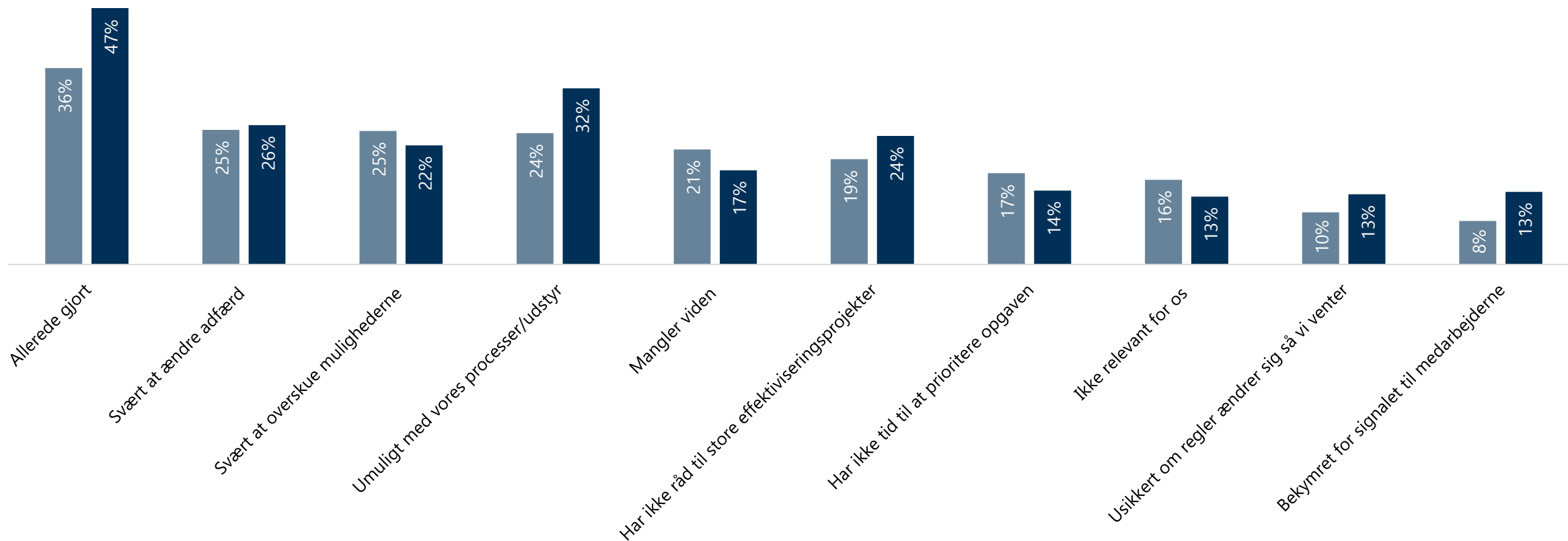
Note: Juni, N=500. December, N=500.

Viden, overblik og adfærdsgreb er stadig relevante løsninger til beslutningstagere ift. at skabe endnu flere besparelser



Hvad er de 3 primære barrierer for at din arbejdsplads sparer mere på energien?

■ Juni ■ December



Tre centrale indsigter om beslutningstagerne

#1



Kampagnen er nået godt ud

–
Beslutningstagere er aktiveret og rådene er blevet anvendt

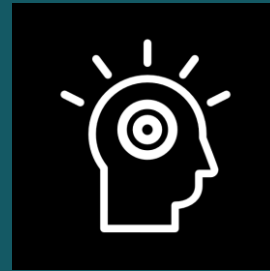
#2



Sparemotivation er forstærket juni-december

–
Grundstemningen har rykket sig markant i positiv retning

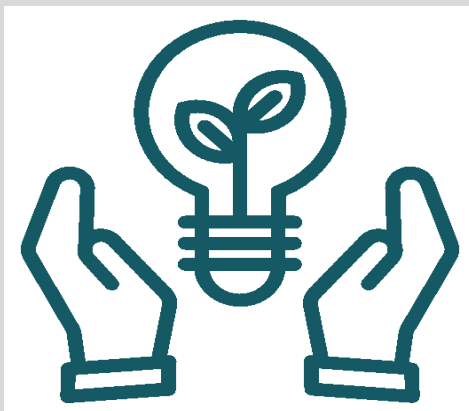
#3



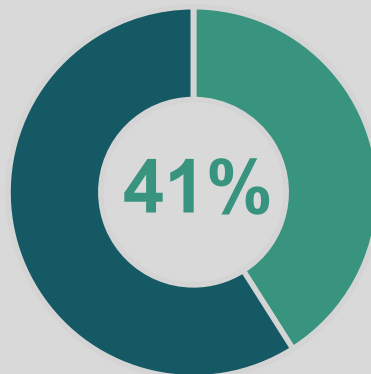
Klar el- og varmebesparelse ift. for et år siden –

–
Der spares på energien og beslutningstagere vil fortsat gøre mere

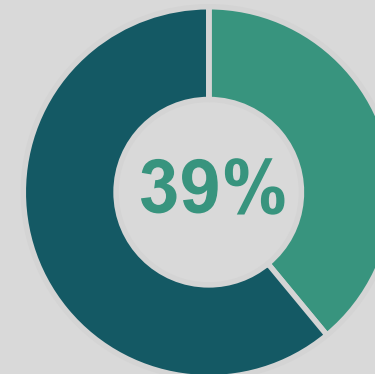
Beslutningstagerne har skruet op for energibesparelserne



Beslutningstagerne **har ændret adfærd** og er blevet **mere bevidste** om at spare på energien. Endnu flere forventer at spare på energien i fremtiden



... af beslutningstagerne har skruet ned for varmen på arbejdspladsen. Det er **en stigning på 16%-point** ift. juni

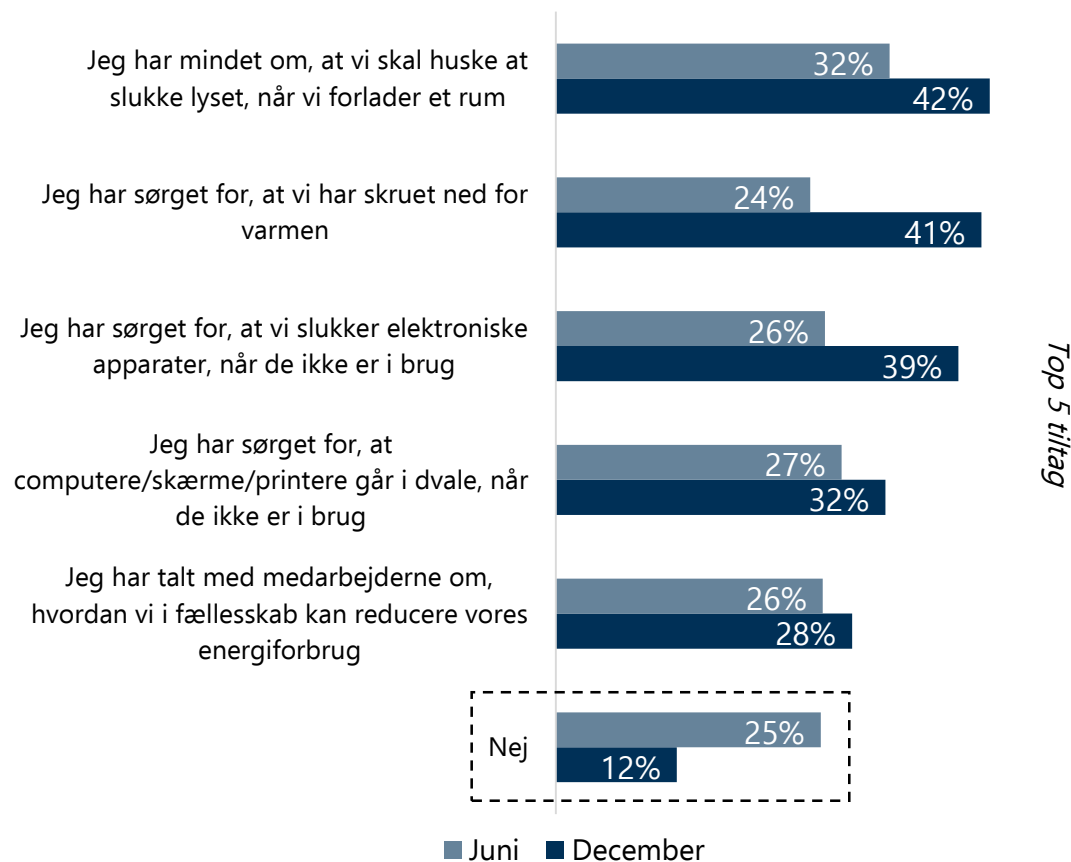


... af beslutningstagerne har sørget for elektroniske apparater bliver slukkede, når de ikke er i brug. Det er **en stigning på 13%-point** ift. juni

Arbejdspladser sparer mere



Har du foretaget energibesparende tiltag på din arbejdsplads de seneste seks måneder?



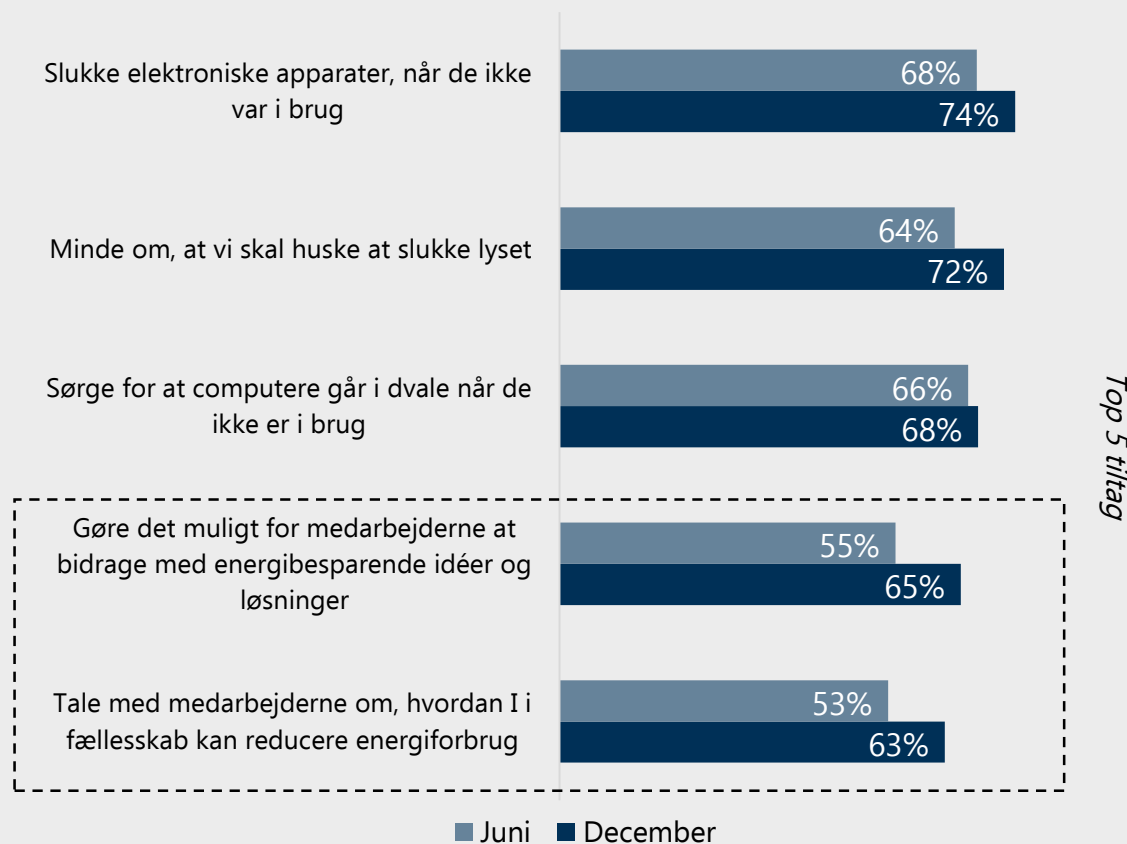
Top 5 tiltag

Juni, N=500. December, N=500

Og vil gerne involvere medarbejderne mere



Hvor sandsynligt er det, at du i fremtiden vil gøre følgende, for at spare på energien? (top2)



Top 5 tiltag



Tre nøgleindsigter

Kvantitative indsigter på tværs af medarbejder/arbejdspladssporet

Tre centrale indsigter om medarbejdere

#1



Kampagnen er delvist nået ud til medarbejdere

De har i mindre grad bemærket kampagnen på arbejdspladsen

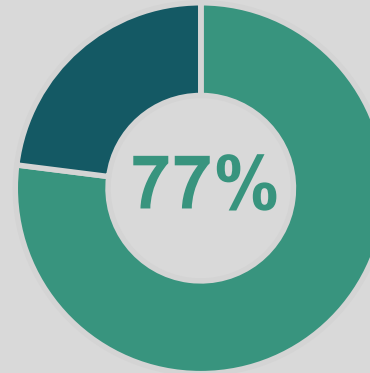
Medarbejdere har i mindre omfang bemærket kampagnen



Medarbejderne har ikke i samme grad som beslutningstagerne lagt mærke til sparerådene på arbejdspladserne - **de har heller ikke været direkte eksponerede**

9%

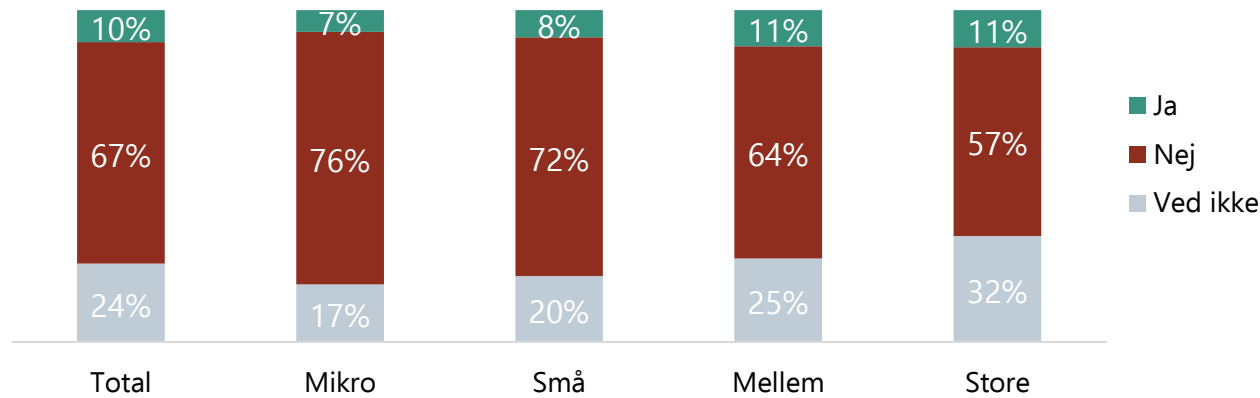
... af medarbejderne har dog set sparerådene. Der er **markant forskel alt afhængig af arbejdspladsens størrelse**



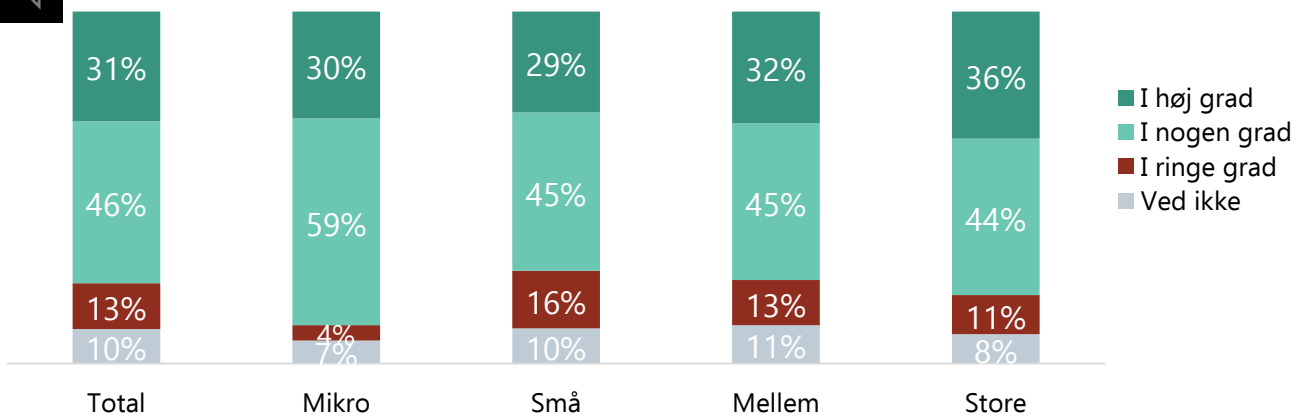
Men **motivationen er høj - 77% af medarbejderne føler sig motiveret af sparerådene**

Kampagnen er slået mindre igennem hos medarbejdere men høj motivation

Har din arbejdsplads brugt materiale fra Energistyrelsen / SparEnergi til at spare på energien på din arbejdsplads?



I hvilken grad motiverer rådene dig til at spare på energien?



Tre centrale indsigter om medarbejdere

#1



Kampagnen er delvist nået ud til medarbejdere

De har i mindre grad bemærket kampagnen på arbejdspladsen

#2



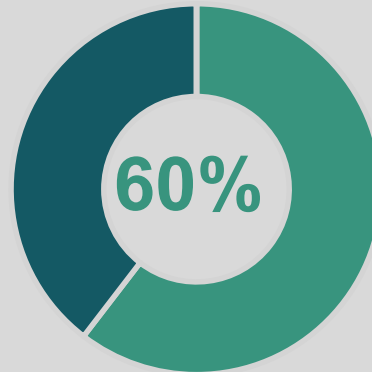
Sparemotivation er lidt forstærket juni-december

Grundstemningen har rykket sig i positiv retning

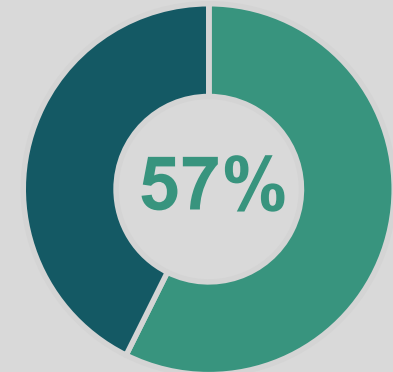
Medarbejderne er blevet mere motiverede for at spare



Der er sket en **forøgelse af medarbejdernes motivation** for at spare på energien



... af medarbejderne er mere **motiverede for at spare på elforbruget** sammenlignet med sidste år

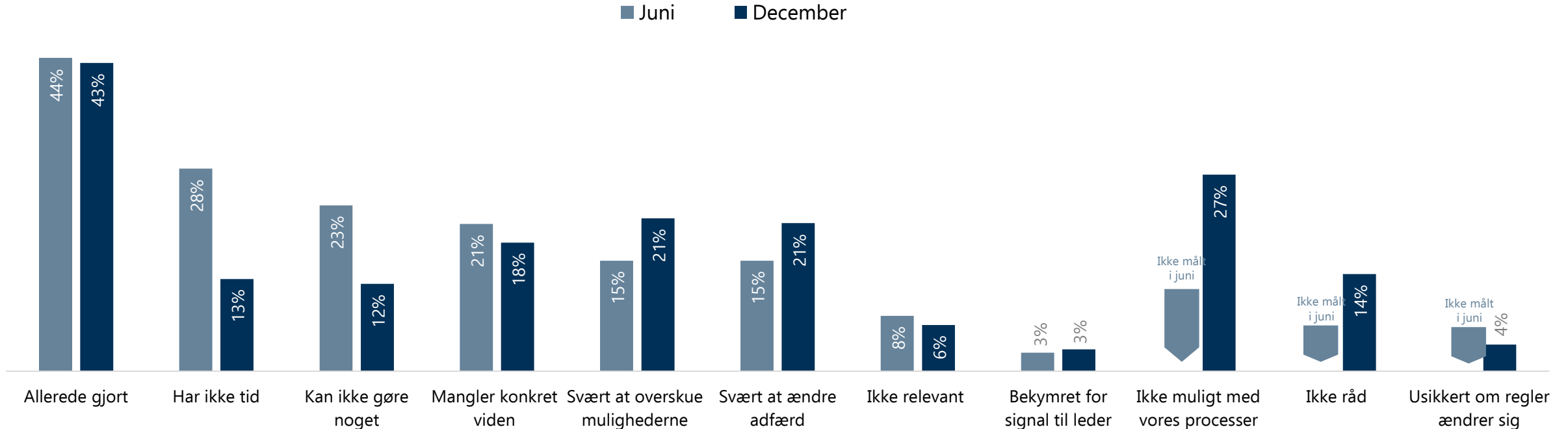


... af medarbejderne er mere motiverede for at spare på **varmtvands- og varmeforbruget** sammenlignet med sidste år

Manglende tid og følelsen af ikke at kunne gøre noget er reduceret i omfang – fokus på viden og overblik stiger



Hvad er de 3 primære barrierer for at du sparer mere på energien på din arbejdsplads?



Tre centrale indsigter om medarbejdere

#1



Kampagnen er delvist nået ud til medarbejdere

De har i mindre grad bemærket kampagnen på arbejdspladsen

#2



Sparemotivation er lidt forstærket juni-december

Grundstemningen har rykket sig lidt i positiv retning

#3



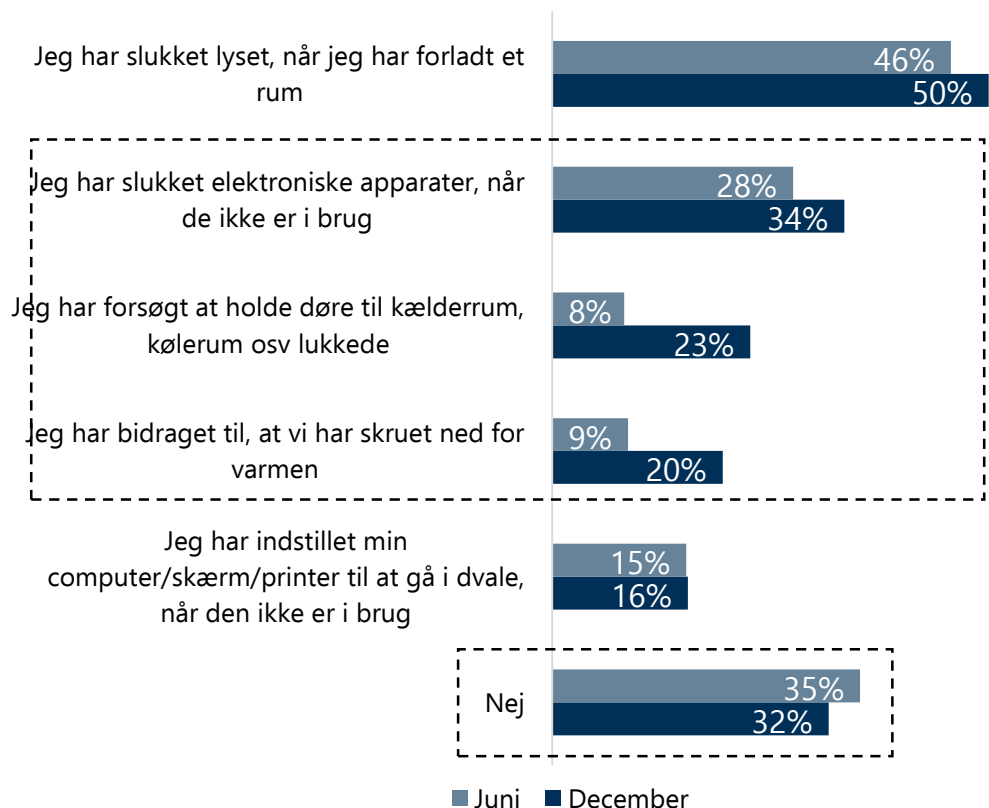
Modenheden er stadig lavere hos medarbejdere

Det anses i mindre grad som et personligt ansvar at spare på job

Medarbejdere har rykket sig



Har du bidraget til, at din arbejdsplads har sparet på energien indenfor de seneste seks måneder?

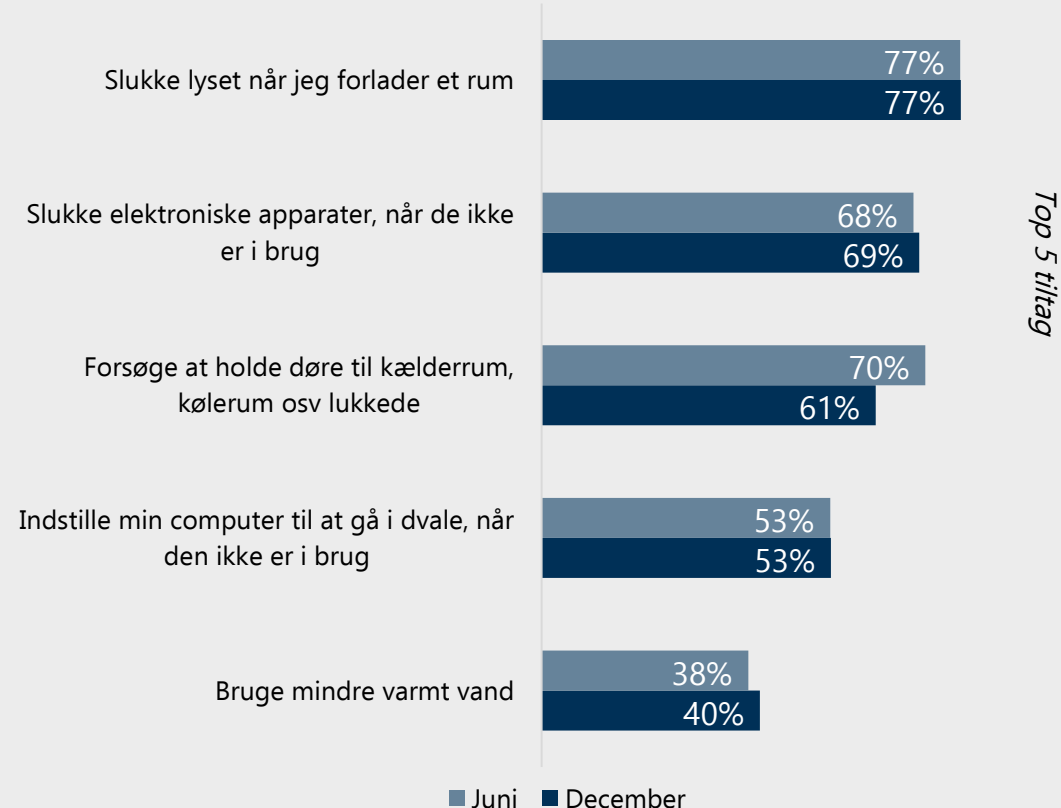


Juni, N=700. December, N=500

Og der er fortsat motivation



Hvor sandsynligt er det, at du i fremtiden vil gøre følgende, for at spare på energien? (Top 2)



Kerneresultater på kanalperformance

Kampagnen er i den grad nået ud til beslutningstagere og har skabt en adfærdsændring

10.167.948

målbare gange er indholdet blevet set gennem annoncering

1-1,5 mio. unikke danskere

estimerer vi, har set kampagnen på tværs af indsatser*

... og vores netværksindsats har skabt gode relationer og stærke adfærdsprodukter

2.555 downloads

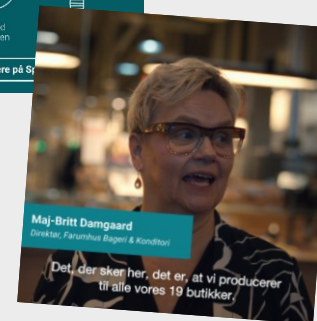
af materialepakke.**
Dertil 228 bestillinger af fysiske materialer via InStore

20.096 kliks til site

fra annoncer på LinkedIn, Facebook og display



Displayannonce (Fase 1)



Videoannonce (Fase 5)



Klistermærker



Printannonce (Fase 1)



*Operates vurdering af kampagnens samlede rækkevidde. Tallet er udregnet efter, hvor mange vi er nået ud til på LinkedIn, og hvor mange vi estimerer, vi har ramt gennem de andre indsatser. Tallet kan derfor ikke garanteres med 100 % sikkerhed. Vurderingen er til intern brug.

**Downloads af Energistyrelsen og Viegand Maagøe er sorteret fra.



Anbefalinger

Kvantitative indsigter på tværs af arbejdspladssporet

5 anbefalinger der peger fremad

1. Beslutningstagerne skal assisteres i indsats målrettet medarbejderne
2. Det vi har gjort, har virket. Nu skal forandringen gøres permanent
3. De lavthængende adfærdsfrugter er plukket. Næste skridt er strukturer
4. Fortsat udvikle katalog for hvad medarbejdere kan gøre på arbejdspladsen
5. Vidensopsamling hos virksomheder, og del de gode erfaringer



Energistyrelsen

Spar på energien

Forsyningsikkerheden i Danmark er udfordret. Skal vi sikkert gennem vinteren, skal vi stå sammen om at spare på energien. For hvis vi alle gør en indsats, kan vi sammen gøre en stor forskel.

- 
Varm kun rummet op til 19 °C
- 
Sluk for lyset, når du forlader lokalet
- 
Sluk for skærmen, når den ikke bruges
- 
Luk for varmen, mens du lufte ud
- 
Luk døren, når du forlader rummet

Læs mere på SparEnergi.dk/arbejdsplads