

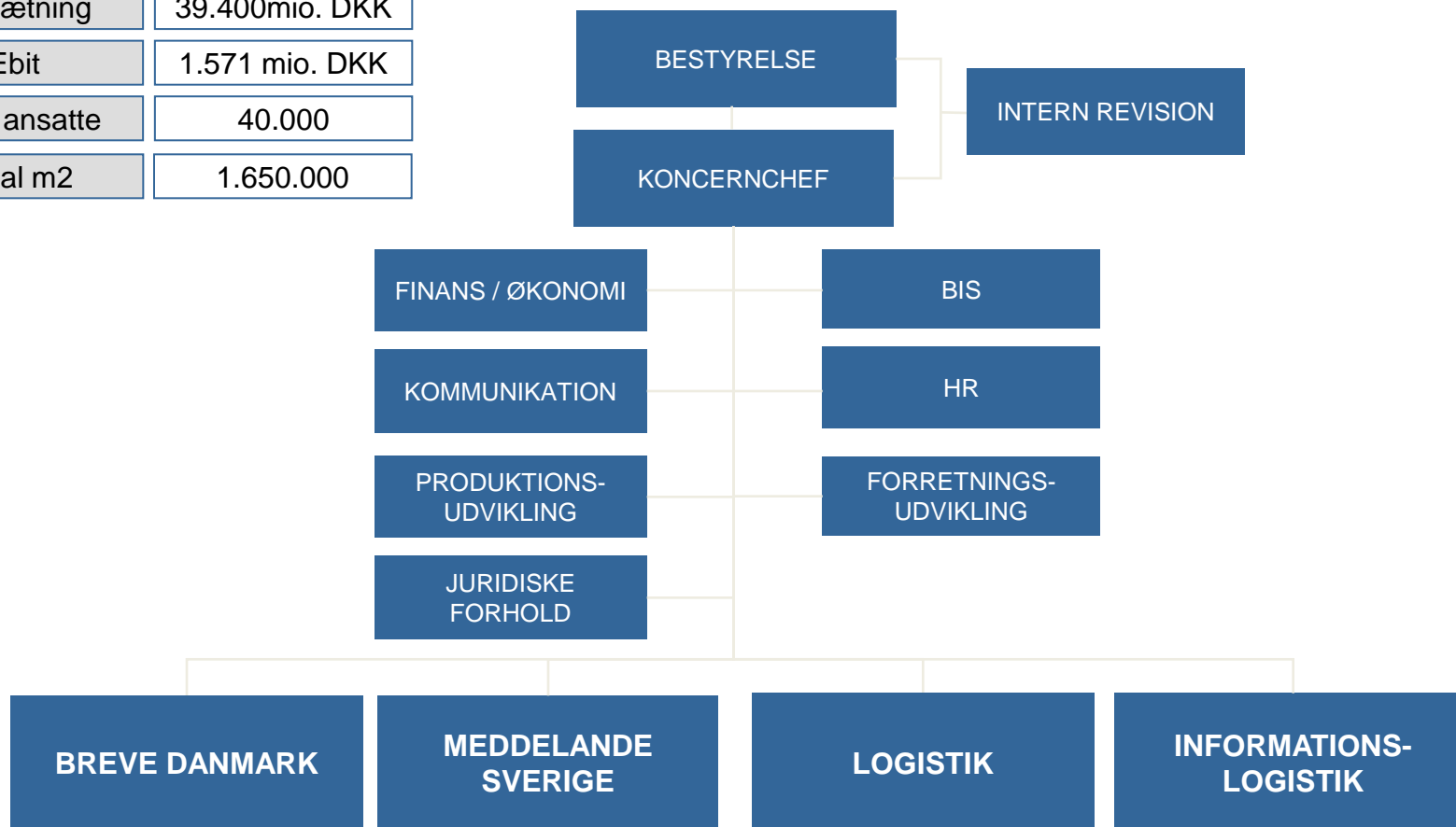


Grøn Adfærd i Post Danmark DFM 12.06.2012

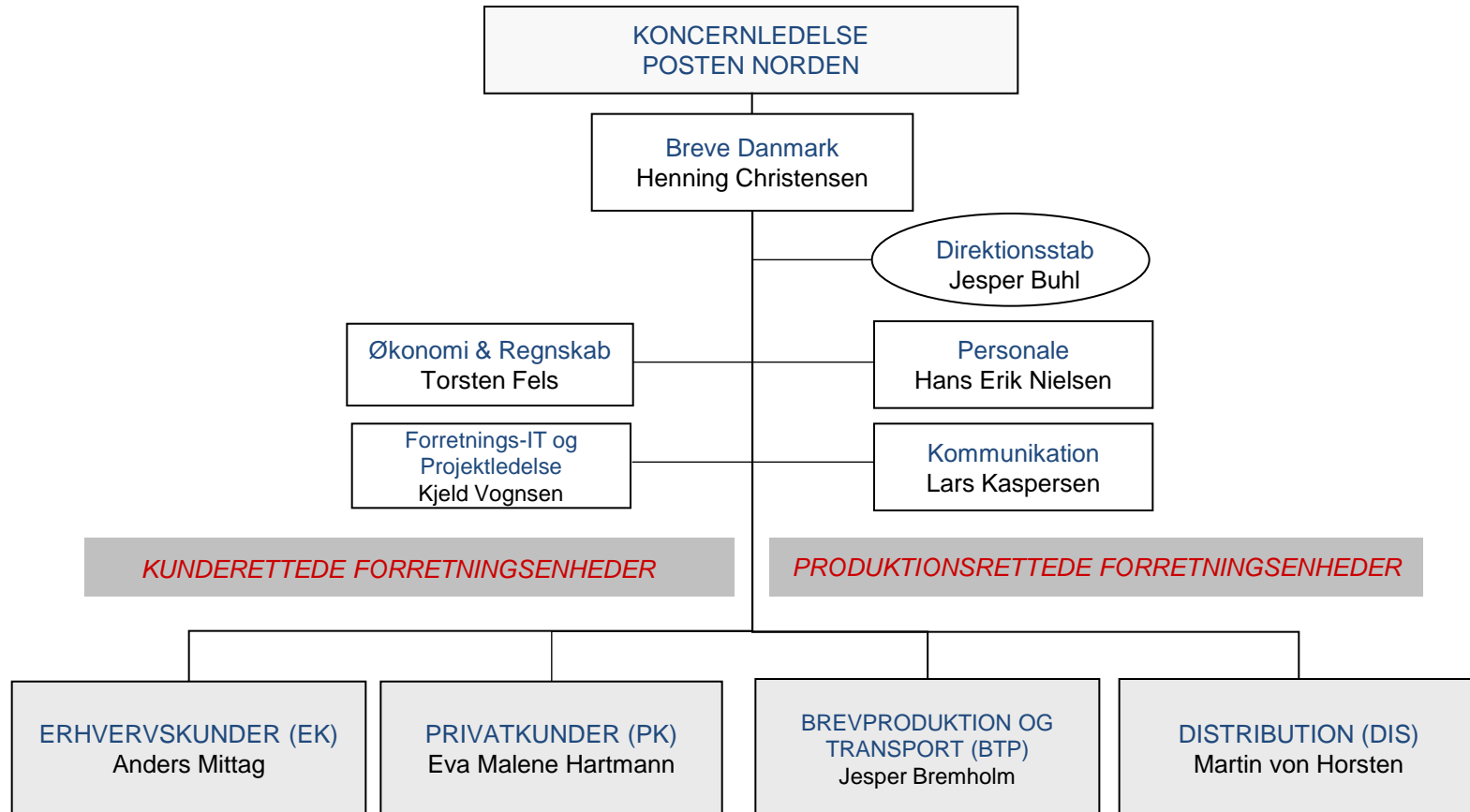


Postnord

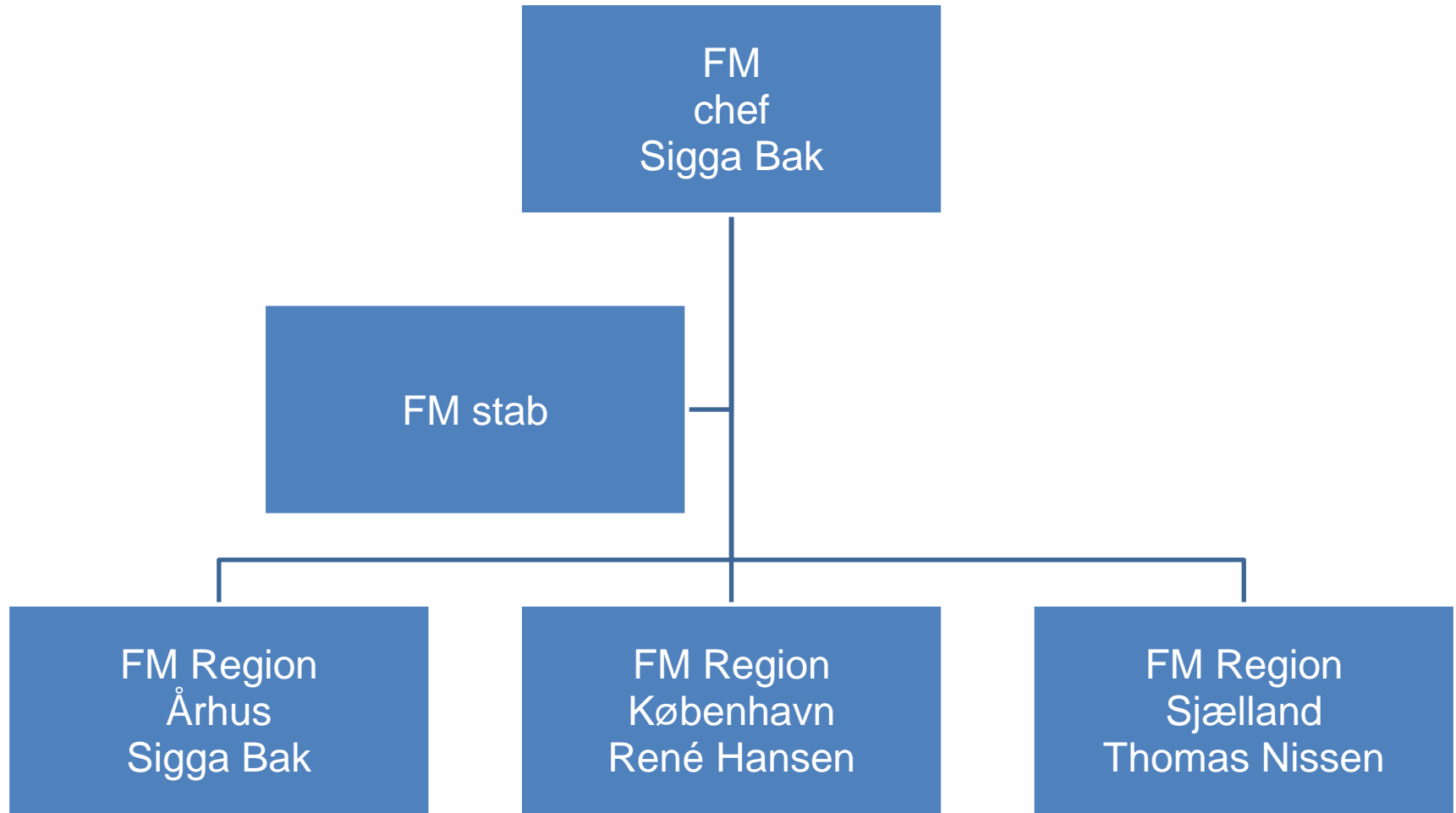
Omsætning	39.400mio. DKK
Ebit	1.571 mio. DKK
Antal ansatte	40.000
Antal m2	1.650.000



Breve Danmark

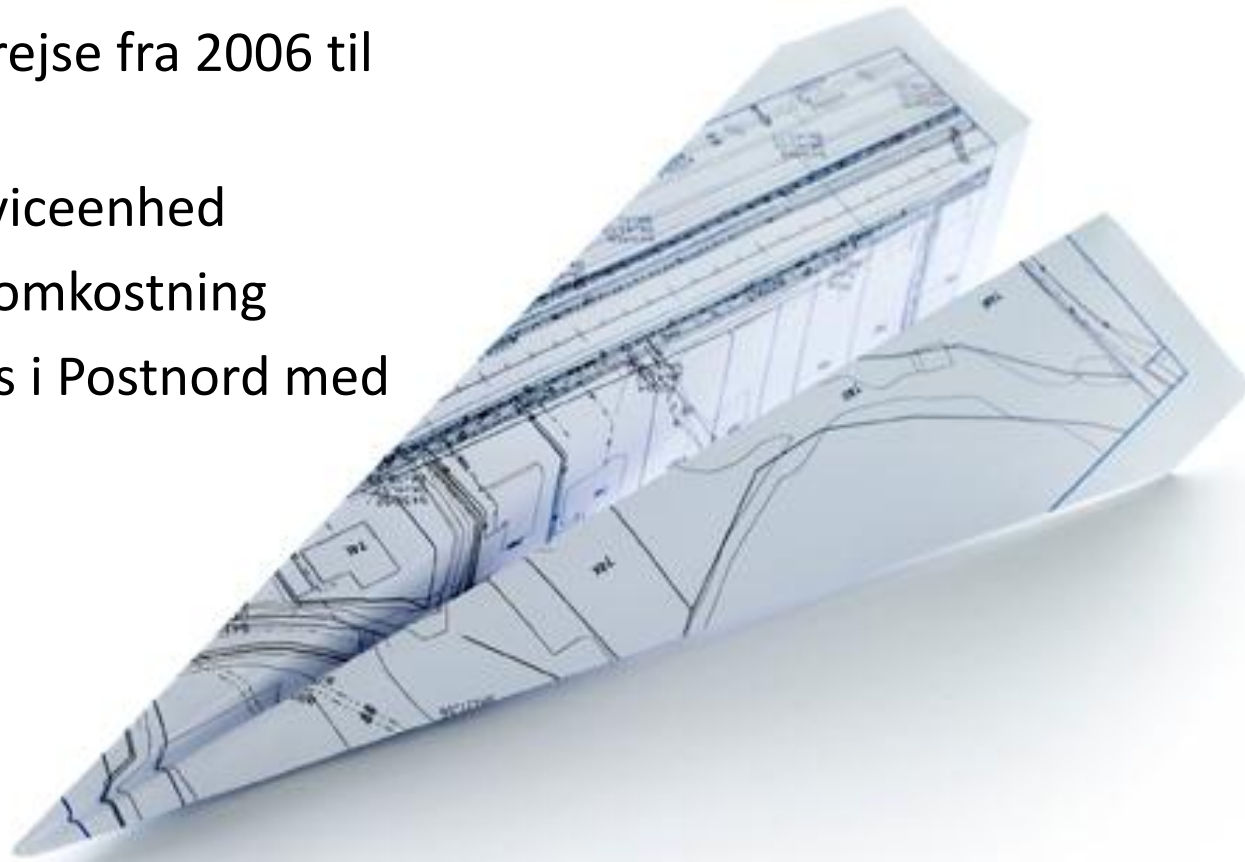


Facility Management



Facility Management - historisk perspektiv

- FM - en succes i tal og produktivitet
- FM - en kort men lang rejse fra 2006 til 2012
- Konkurrencedygtig serviceenhed
- Mere service til lavere omkostning
- FM konceptet udbredes i Postnord med sikre skridt



Vision

**FM understøtter
proaktivt kerne
produktionen**

Mission

**FM er en attraktiv
arbejdsplads med
engagerede medarbejdere**

FM er et miljørigtigt valg

**FM udvikler lønsomme
serviceydelser i samarbejde med
Kunden**

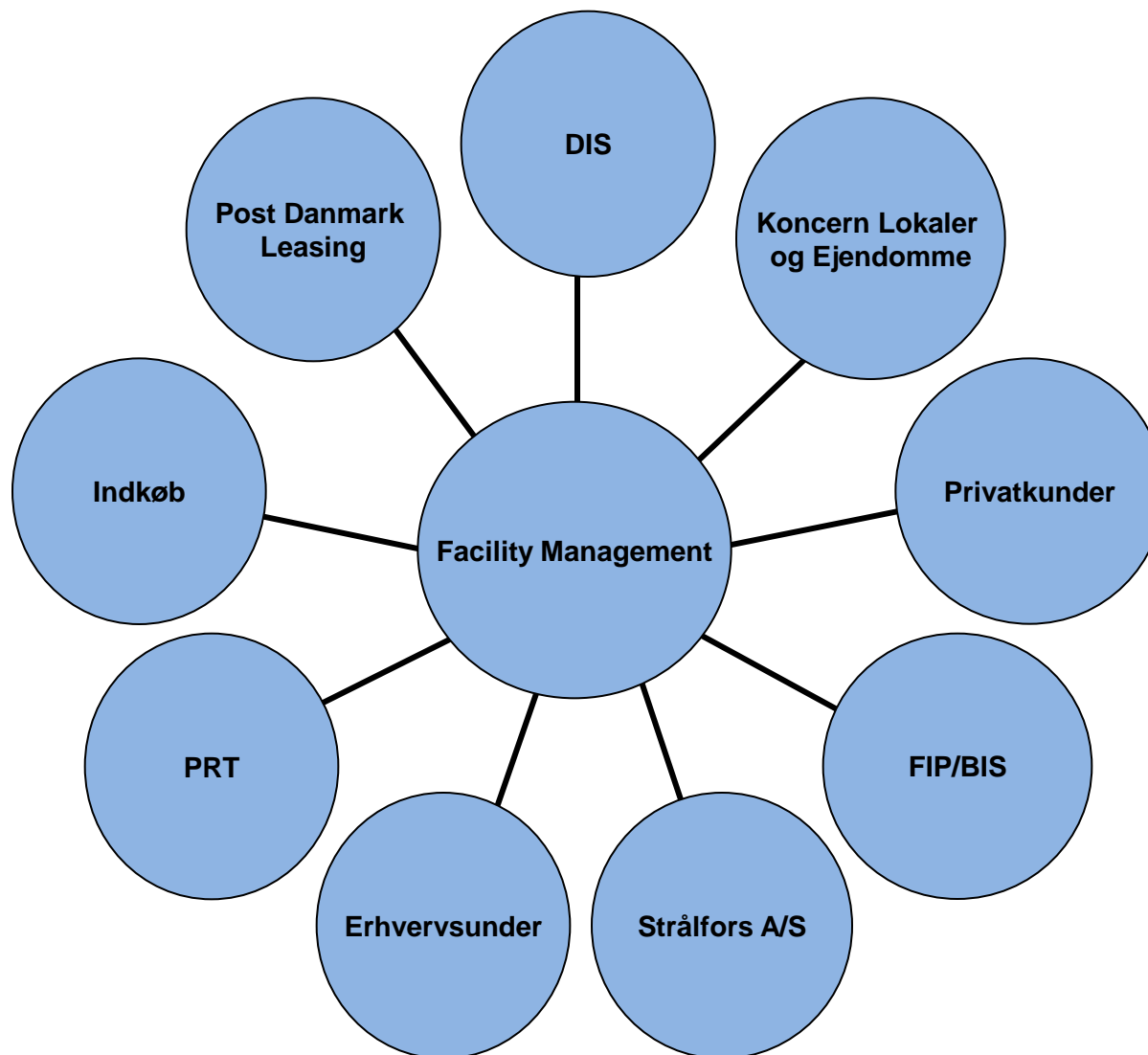
**FM -
service
ydelser i
verdensklasse**

Facts om Post Danmark FM









Fordeling	Antal	Areal
Egne ejendomme	256	500.000 m ²
Lejemål	161	150.000 m ²
Postbutikker	620	(10.000) m ²
I alt	417	650.000 m²



Kunder



Ansvarsområder i Facility Management

-  Ejendomsvedligehold
-  Bygningstekniske installationer
-  Energistyring og optimering
-  Sourcing af serviceopgaver
-  Vagt og sikkerhedsudstyr
-  Rengøring
-  Ejendomsservice
-  Vedligehold og drift af produktionsudstyr og materiel



Medarbejdergrupper

FM chef, Sigga Bak

Facility Manager (2)

Callcenter (2) til at modtage og håndtere daglige (og natlige) servicebehov

Bygningskonsulenter (3) til styring af byggetekniske leverancer

Arkitekt (1) skilte og design

Tekniske konsulenter (6) til styring af tekniske installationer og leverancer

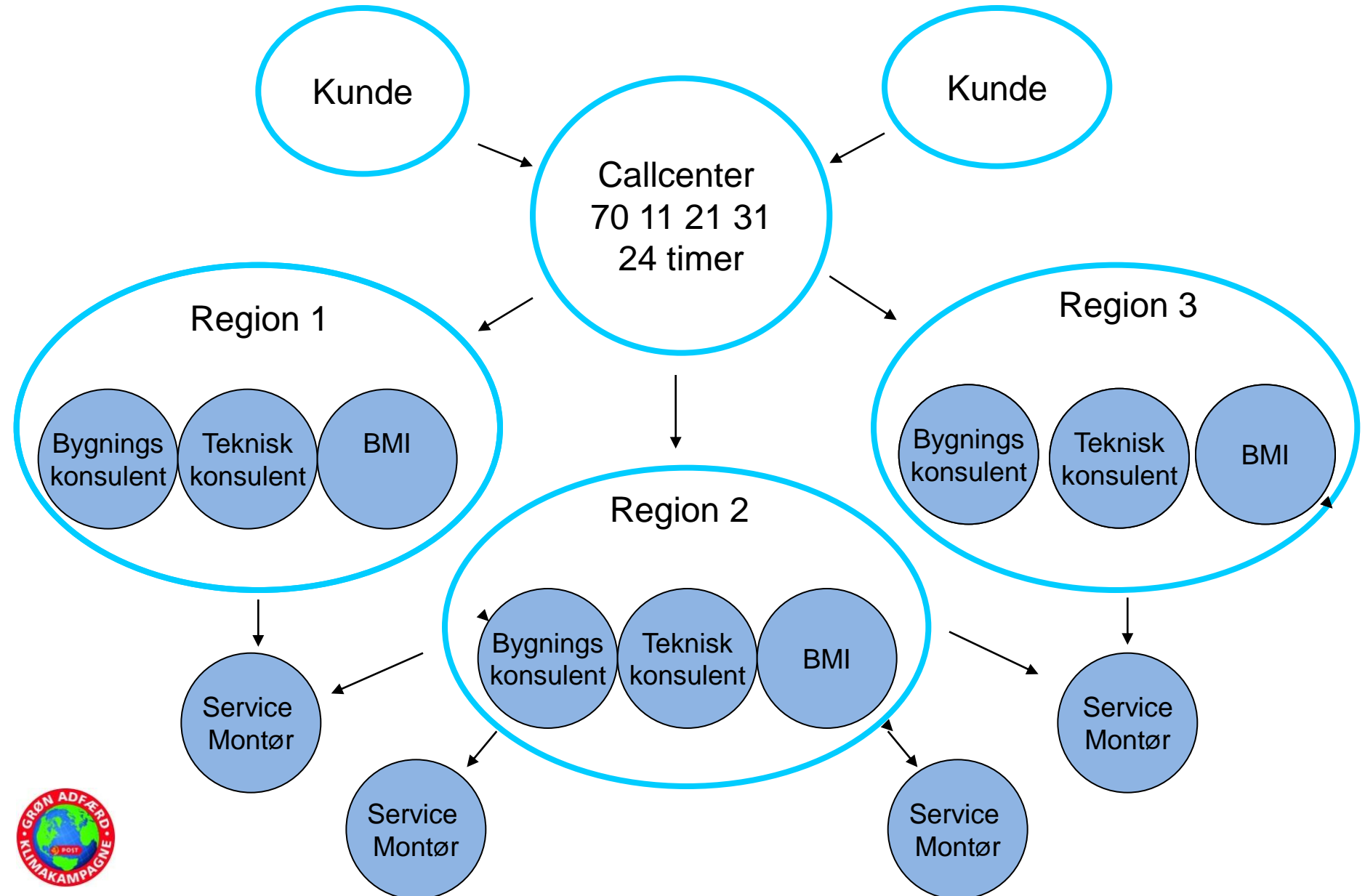
BMI'ere (11) til styring af leverandørleverancer, indkøb m.m.

Montører (70) til vicevært opgaver, vedligehold af cykler, Døgnpost mv.

FM-stab (3) til økonomi, personale og udvikling



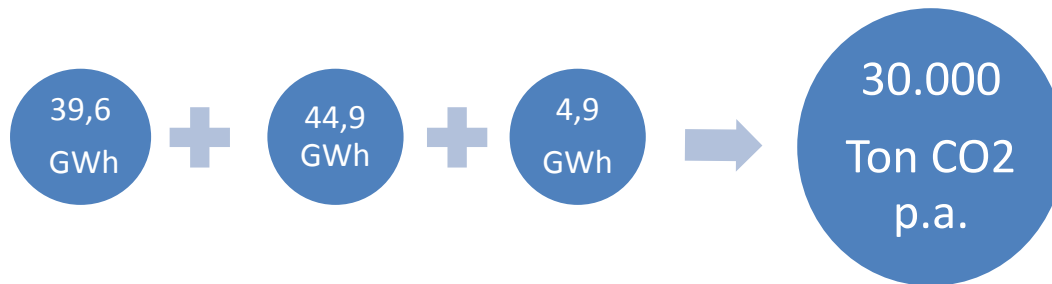
Procesorganisation





Post Danmarks CO₂ aftryk (faciliteter)

Energiforbrug	Fjernvarme KWh	EI KWh	Gas KWh	Total
• 2010	• 47.105.470	• 52.667.205	• 6.292.954	• 106.067.639
• 2011	• 39.671.230	• 44.986.961	• 4.919.462	• 89.579.665



Energioptimering i Post Danmark

Byggeteknisk optimering

Reduktion 2011 = 1,5 Gwh
Reduktion 2012/13 = 2-3 Gwh
Investering ca. 10 mio. p.a.

Grøn Adfærd/Adfærdsregulering

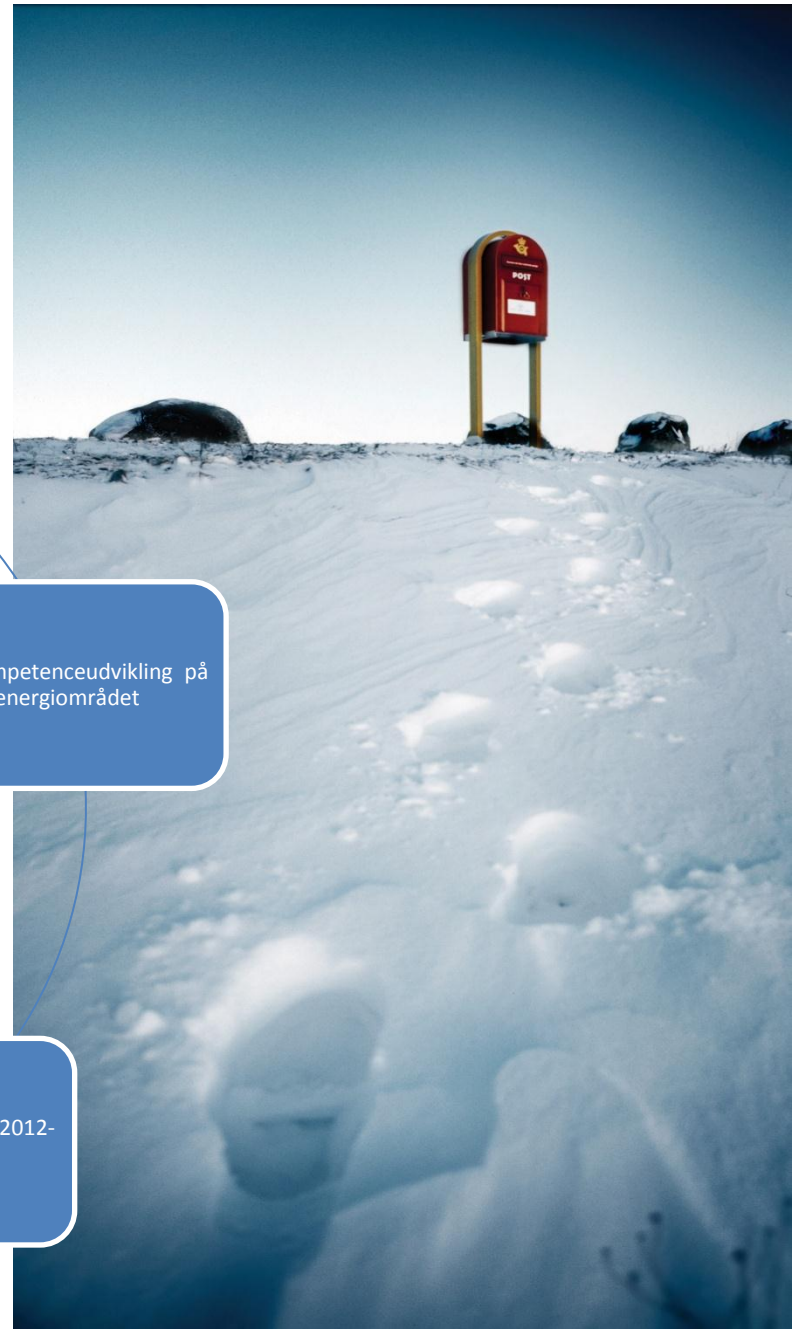
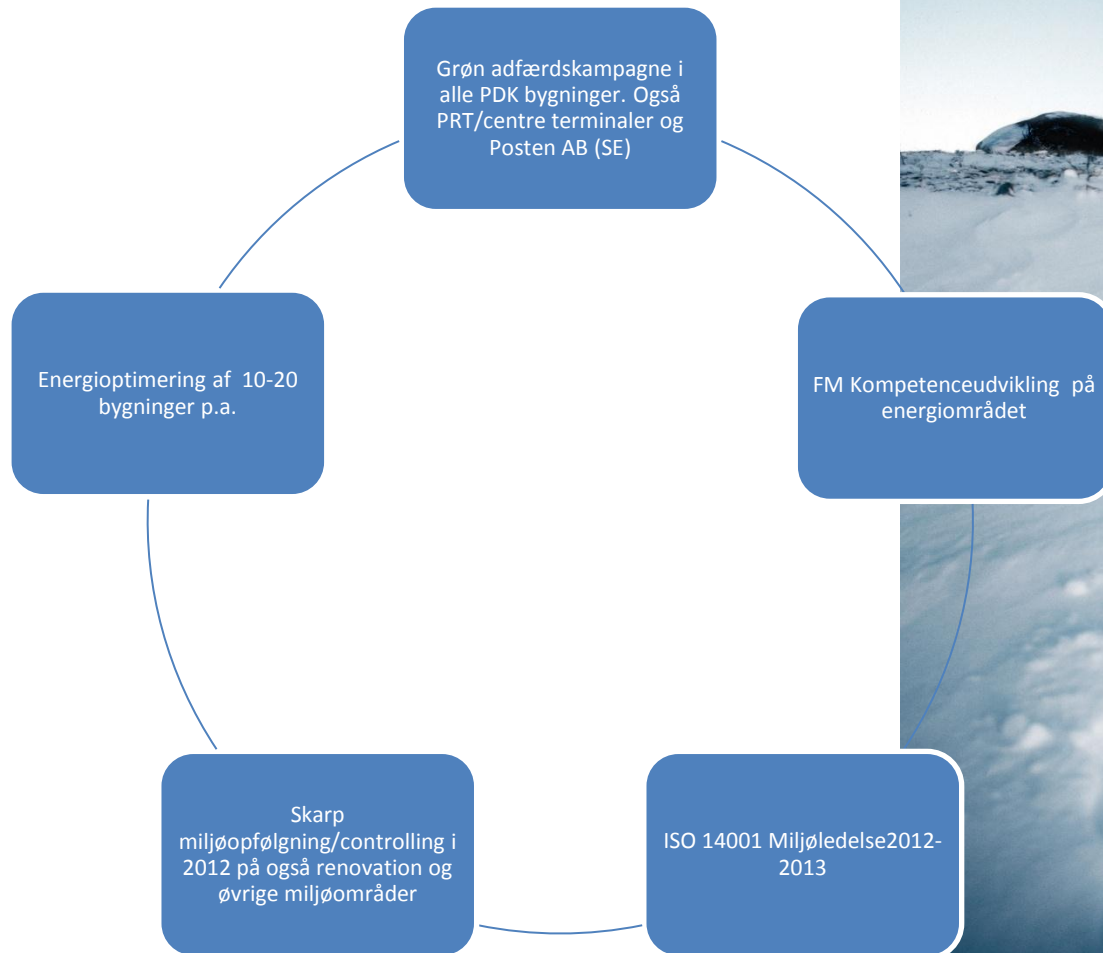
Reduktion 2012 = 5-6 GWh P.a.
Investering 4 mio.

Varig energireduktion/fastholdelse

Reduktion 2013 = 10-20 GWh P.a
Investering/drift 1-2 mio



Energifokus i FM 2012-2013



Formål & Mål for Grøn adfærd

Formål: PostNord har forpligtet sig til at nedbringe CO2-udledningen med 40 % i 2020.

Mål: 15% kampagnereduktion og 5% (10%) varig reduktion

15 %

- En samlet energibesparelse på minimum 15 % el og varme under 4 ugers adfærds-kampagne

5 %

- En varig energibesparelse på minimum 5 % (10 %) efter kampagnen er afsluttet

100 %

- Inddrage samtlige ejendomme i Postnord/Post Danmark i Grøn adfærd



Finansiering

POSTEN NORDEN INTENSIVERER MILJØARBEJDET | APRIL 2010

KLIMAFONDEN

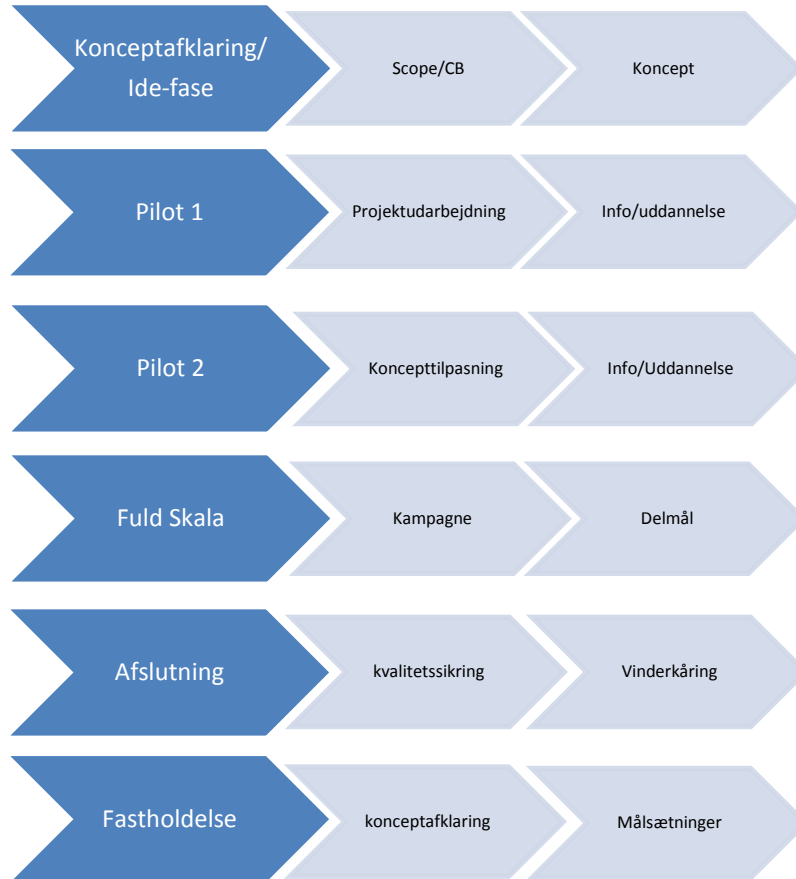
2010



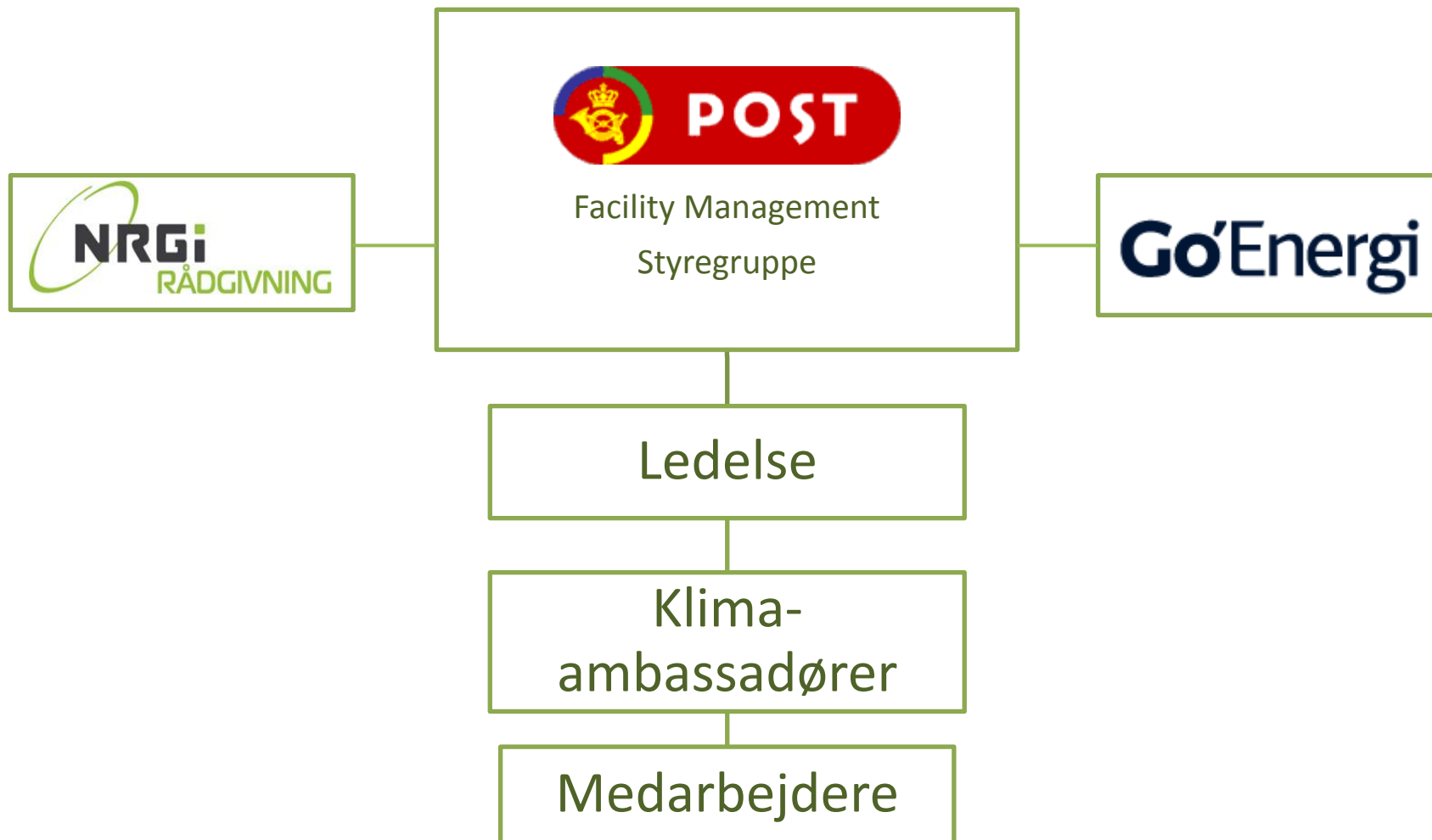
The image shows a promotional banner for the Climate Fund 2010. At the top, it reads 'POSTEN NORDEN INTENSIVERER MILJØARBEJDET | APRIL 2010'. Below this, the words 'KLIMAFONDEN' and '2010' are written in large, bold, white letters with a slight shadow effect against a blue sky background with white clouds. At the bottom center, there are three logos: a blue circular logo with a yellow crown, a red circular logo with a yellow crown, and a red rounded rectangle with the word 'POST' in white.



Projektfaser i Grøn adfærd



Organisering



Grøn adfærd fakta

- Antal personer i kampagnen 12.171 (samlet 14.300)
- Antal klimaambassadører: 280(samlet 320)
- Antal bygninger: 224(samlet 270)
- Antal kvadratmeter: knap 500.000 (samlet 600.000)
- Antal el-spareskinner: 6750 stk.
- Antal tænd-sluk ure: 3350
- Antal sparOmetre: 325 stk.
- Antal termometre: 300 stk.
- Antal "Grøn Adfærd bolcher": 275.000 – eller 310 kg
- Antal "Grøn Adfærd klistermærker": 36.400 stk.



Hvad er adfærdstiltag?

- **Sluk for lys, når I ikke bruger det**
- **Regulere varmekonsumet**
- **Nedsæt standby-forbruget**
PC, skærm, kopimaskiner, scannere, servere, sodavandsautomater, kaffemaskiner m.v.
- **Sluk maskinen, når I ikke bruger den, f.eks. efter arbejdstid, eller indstil den til at slukke af sig selv (hvor det er muligt)**
- **Sæt strømstyring til**
Tænd-sluk-ure (hvor det er muligt)



Chefer



Rolle:

- Fremstå som et godt eksempel – ledelsens **engagement** sikre energibesparelser
- Styrkelse af medarbejderes engagement og motivation
- Sikre koordinering af indsatsen

Forløb:

- Ansvarlig for at informere ledere
- Uddele diplomer til ledere til videregivelse til klimaambassadører
- Sikre at lederen har tid til kampagnearbejdet

Ledere



Rolle:

- Fremstå som et godt eksempel – ledelsens **engagement** sikrer energibesparelser
- **Ansvarlige** for at informere og engagere klimaambassadører
- **Ansvarlige** for kampagnen i forløbet, hvis klimaambassadøren er fraværende
- Styrkelse af medarbejderes engagement, motivation og vidensdeling

Forløb:

- Sikre koordinering af indsatsen
- Udvælge og informere klimaambassadør i bygning og give diplom
- Sikre at klimaambassadøren har tid til kampagnearbejdet
- Printe måleresultaterne og give til klimaambassadørerne



Klimaambassadører



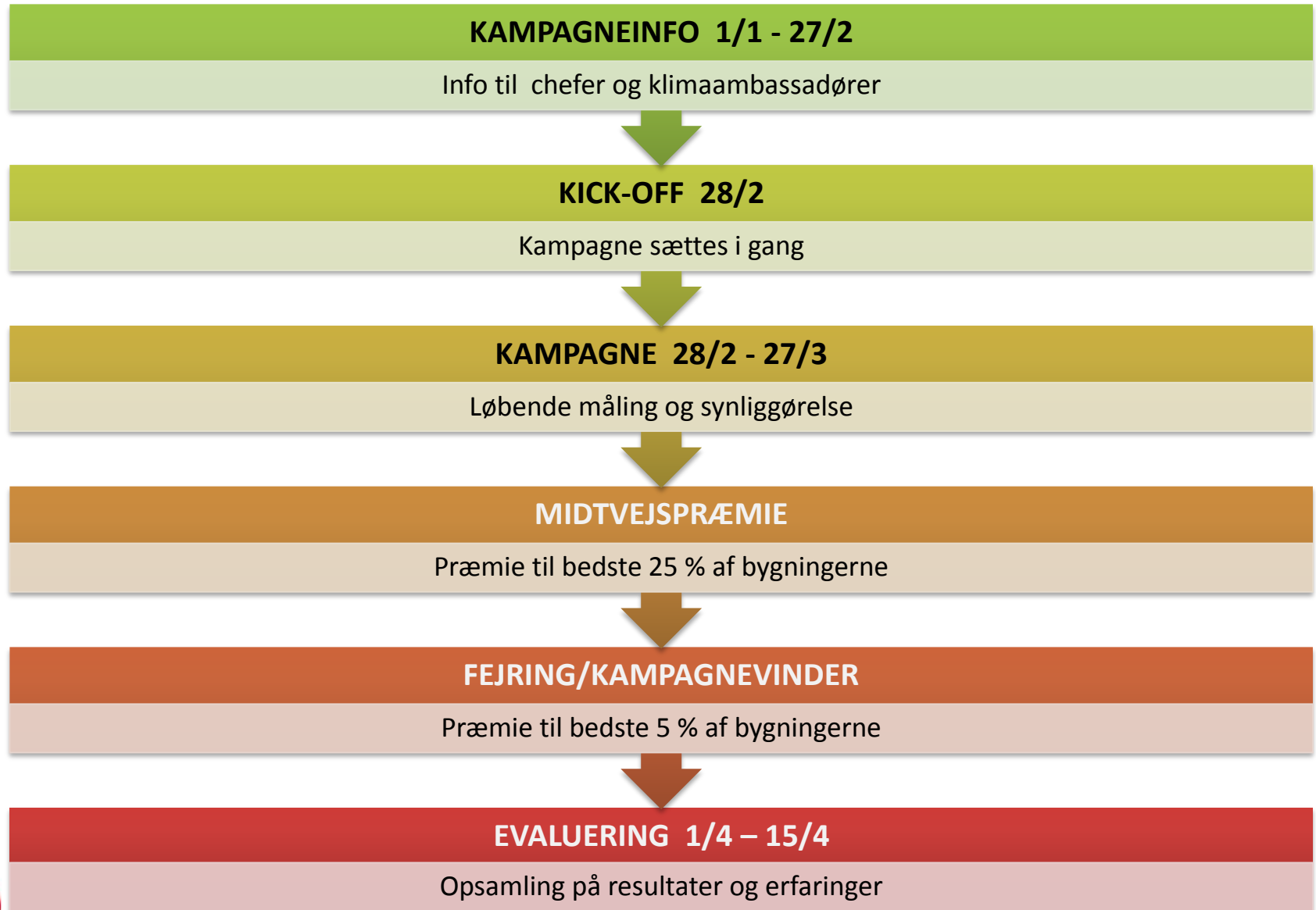
Rolle:

- Drivkraft for kampagnen lokalt - *ildsjæl*
- Styrkelse af medarbejderes engagement, motivation og vidensdeling

● Forløb:

- Hænge kampagnematerialet op
- Koordinere indkøb af morgenmad til Kick-off med leder
- Fortælle om kampagnen til Kick-off
- Ophænge måleresultater, som du modtager fra din leder i kampagneperioden

Kampagne tidsplan 28/2 – 27/3



Kampagnemateriale til brugerne

KAMPAGNEMATERIALE		Tidspunkter for opsætning eller ibrugtagning					
Emne		Uge 8	28. februar	6. marts	13. marts	20. marts	27. marts
Plakater A2	Grøn adfærd	Primo uge 8					
	Sluk & vind						
	Sammen knækker vi kurven						
	Gode råd om grøn adfærd						
Plakater A4	Grøn adfærd						
	Uge 1 - belysning		Yellow				
	Uge 2 - varme			Orange			
	Uge 3 - natforbrug				Black		
	Uge 4 - automater					Cyan	
Tak for nul						Red	
Diverse	Sparekatalog, A5, 12 sider	I løbet af ugen					
	Flyers, A5, 2 slags (gul/grøn)						
	Klistermærker						
	Bolsjæske		Yellow				
	Bolsjer			Der fyldes op løbende			
	Badges		Yellow				
	Post-it		Yellow				

PLAKATER - ORIGINALFORMAT A2



UGEPLAKATER - A4



FLYERS MED SPARERÅD - A5



SPAREKATALOG - A5 - 12 SIDER



TAG TRAPPEN - A5



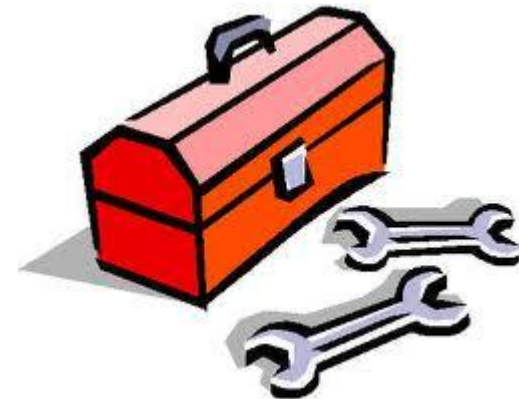
<http://intraposten/ejendomme/Ny%20FM%20hjemmeside/Default%2029.09.06.htm>

Værktøjer

I kampagneperioden skal klimaambassadørerne anvende nogle værktøjer til at fremme energibesparelser i bygningerne. Klimaambassadøren får tilsendt en klimakasse med værktøjer og kampagnemateriale.

Værktøjer:

- SparOmeter
- Tænd-sluk-ure (m/u jord)
- Termometer
- Kampagnemateriale



Præmier

Midtvejspræmie

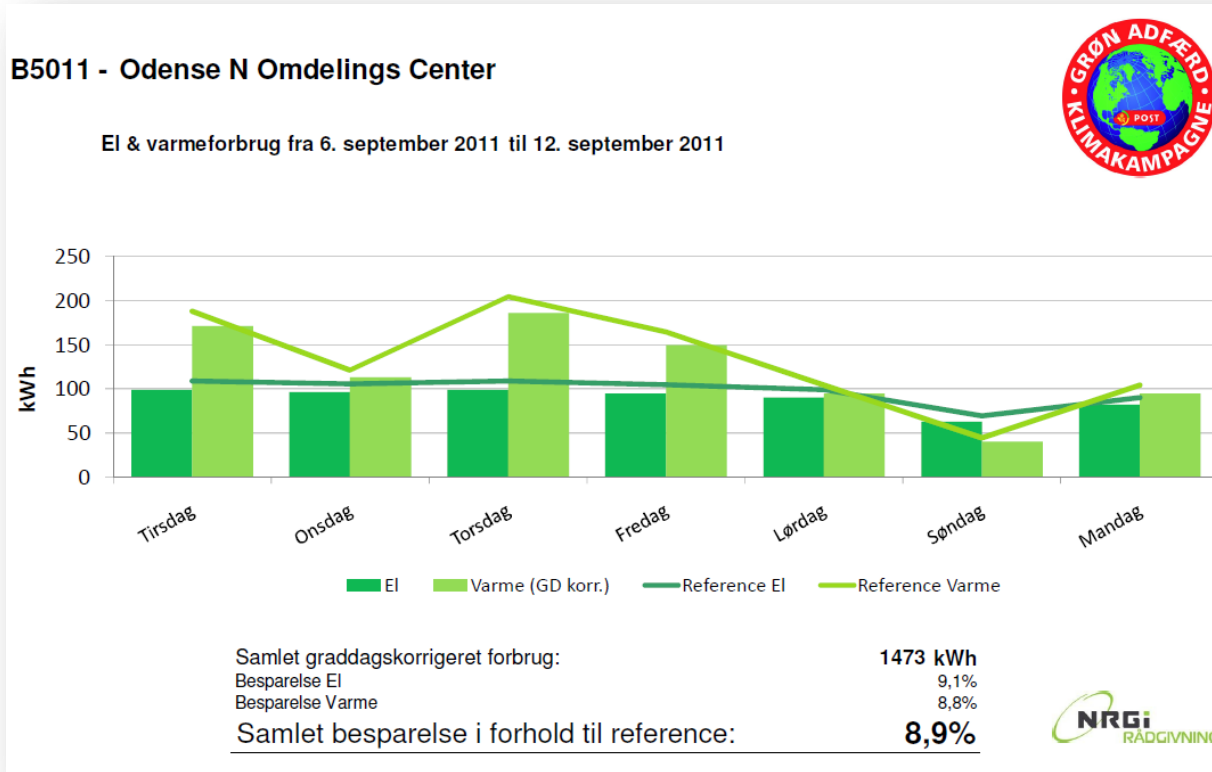
- Midt i kampagnen er der præmier til de bygninger, der har sparet mest på energiforbruget efter de første to uger. Der konkurreres i to kategorier: Ejede og lejede bygninger. I hver kategori vinder de bedste 25 % af bygningerne en flot klimakage.

Kampagnevindere

- Ved kampagnens afslutning præmieres de bygninger, der i løbet af hele kampagnen har opnået de største energibesparelser. De bedste 5 % af bygningerne i hver kategori får 10.000- 20.000 kr. pr. bygning til at fejre resultatet med (dog højst 500 kr. pr. person).



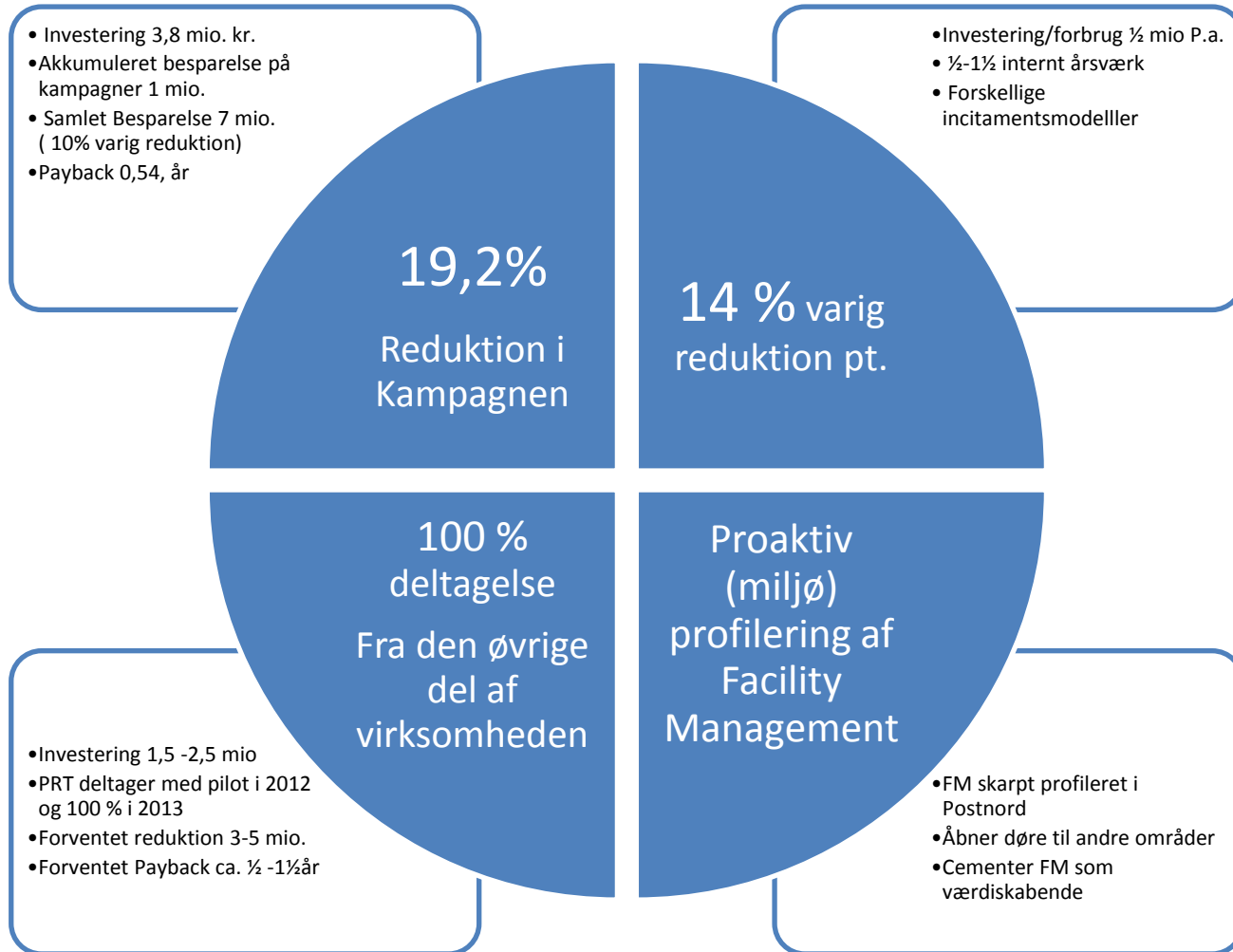
Måling ændrer adfærd



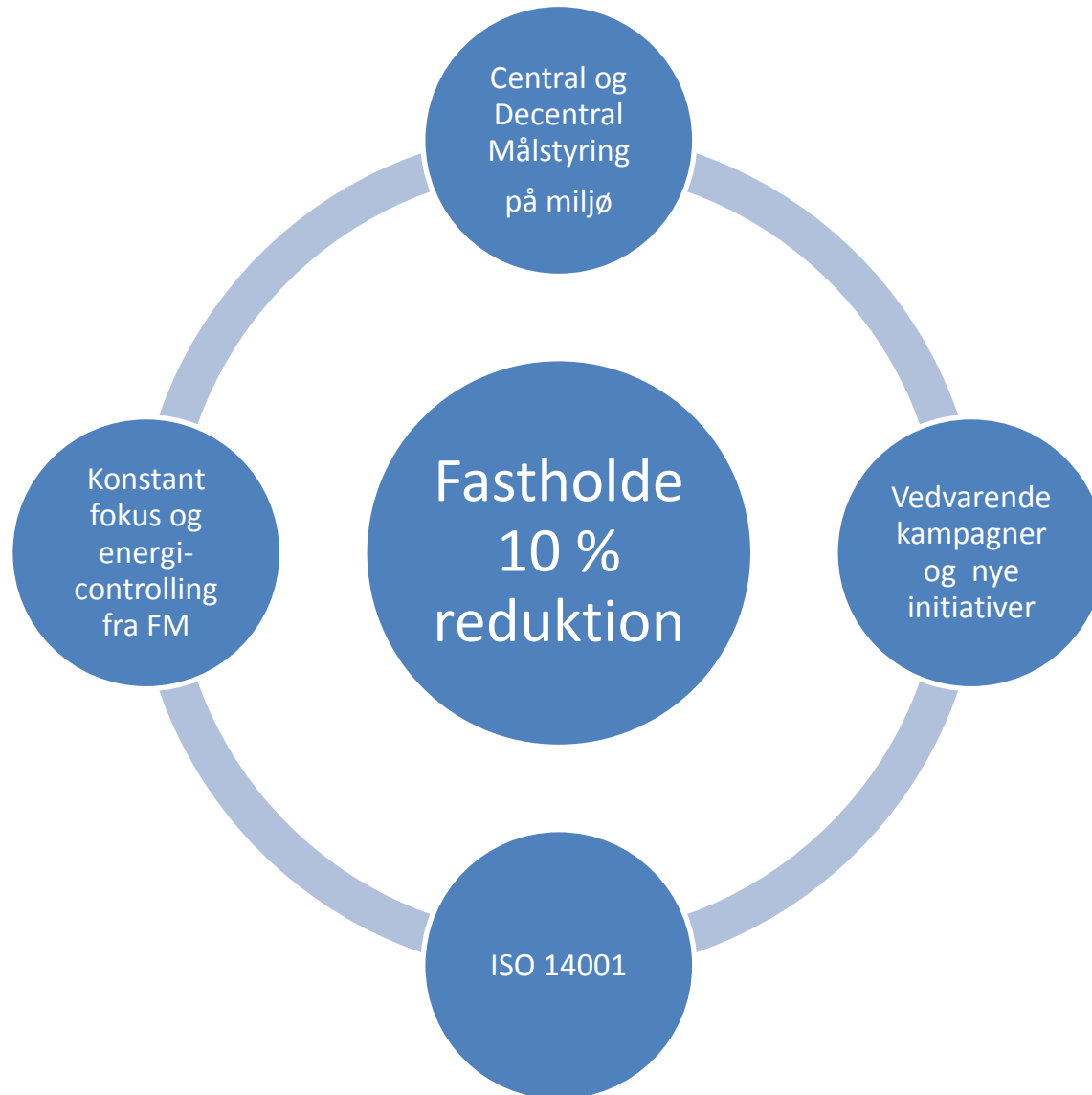
EnergyKey er et webbaseret energistyringsystem, som fjernaflæser el-, vand- og varmemålere



Resultater



Fastholdelse og opfølgning(drift)



Spørgsmål???

