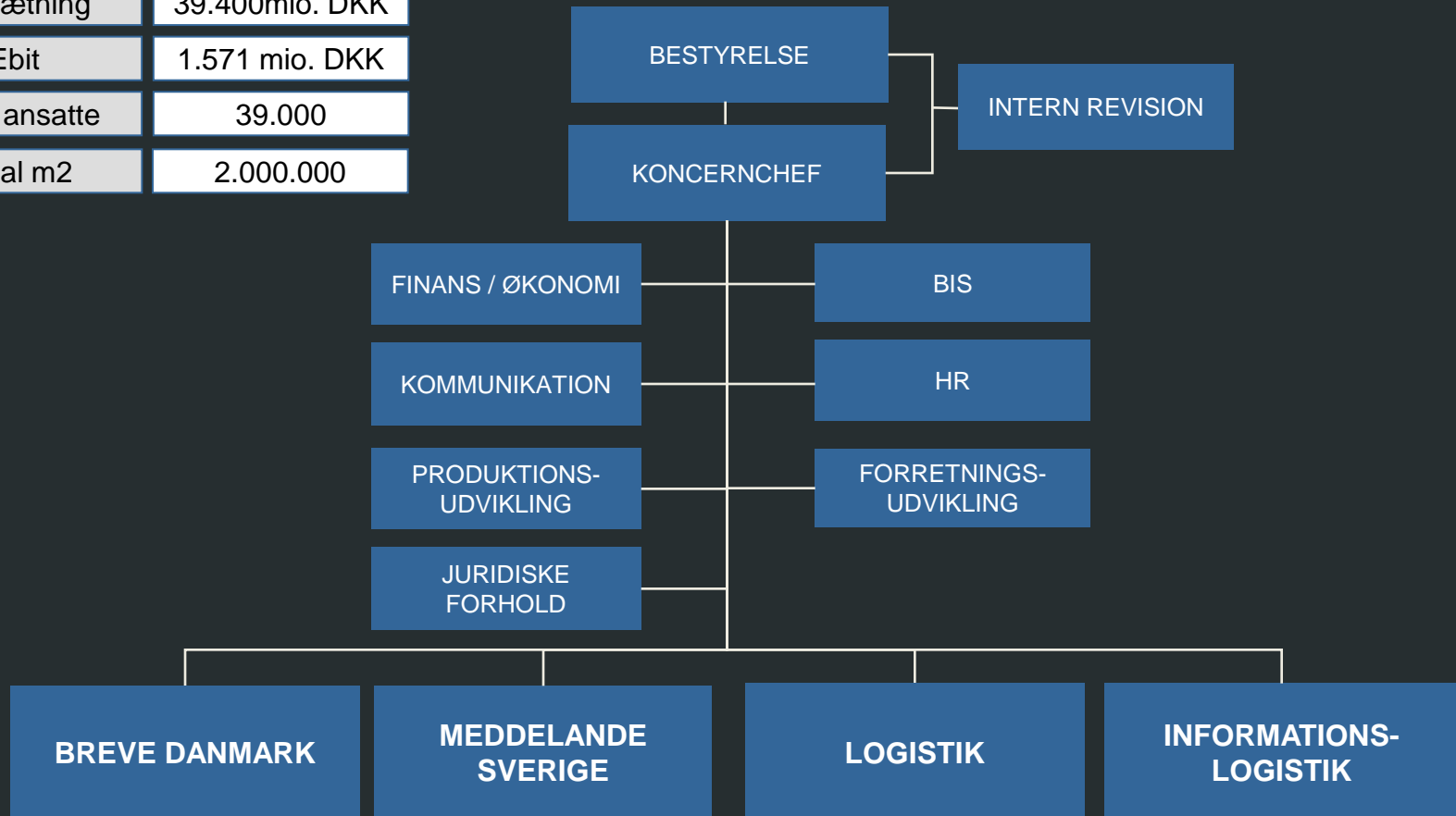




Postnord

Omsætning	39.400mio. DKK
Ebit	1.571 mio. DKK
Antal ansatte	39.000
Antal m2	2.000.000



Vision

**FM understøtter
proaktivt kerne
produktionen**

Mission

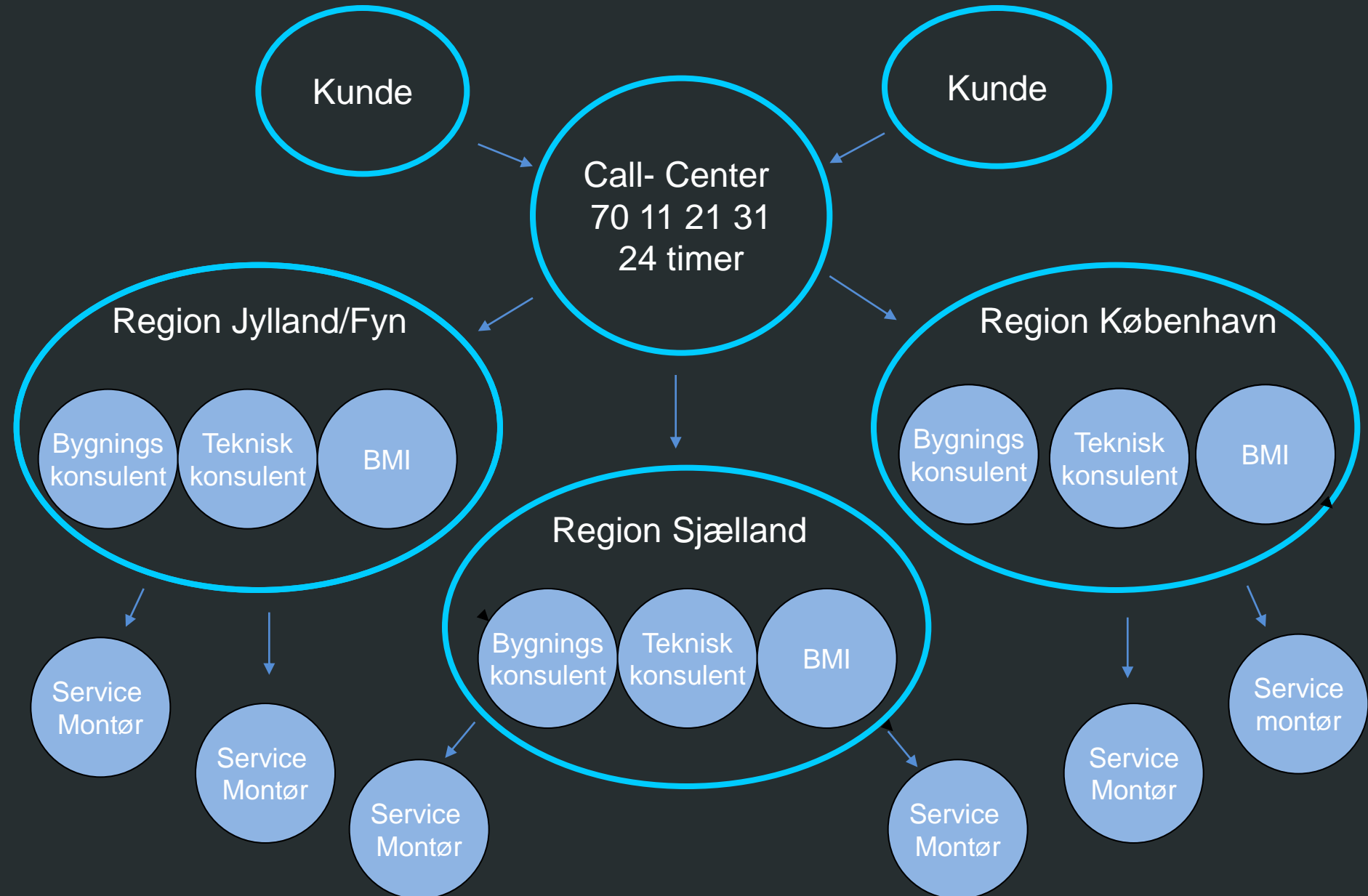
**FM er en attraktiv
arbejdsplads med
engagerede medarbejdere**

FM er et miljørigtigt valg

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

**FM -
service
ydelser i
verdensklasse**

Procesorganisation



Ansvarsområder i FM

Hard services

Softservices & sourcing

Produktionsmateriel & el-cykler

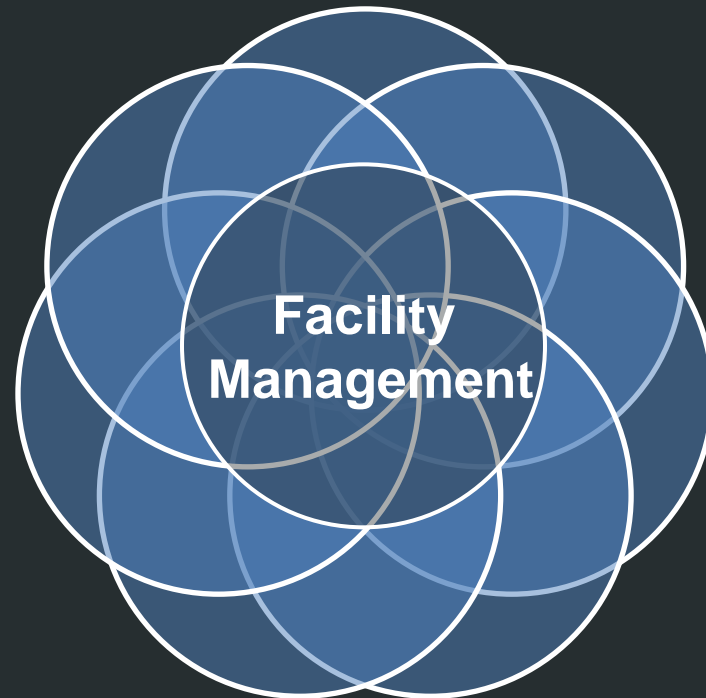
Energi & miljø

Security

**Facility
Management**

Ejendomsservice

Procurement (FM)



Arealer

Distribution

Antal 250 stk.

Areal 425.000 m²

Produktion

Antal 6 stk.

Areal 225.000 m²

Postnord 2.000.000 m²

Post Danmark 650.000 m²

Filialer

Antal 76

Areal 25.000

Postbutikker

Antal 600

Areal ?

CO₂ aftryk (Faciliteter)

Energiforbrug	Fjernvarme KWh	EI KWh	Gas KWh	Total Kwh
• 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
• 2012	• 37.524.689	• 39.675.061	• 3.974.271	• 81.174.021





**CO2-UDLEDNING
ER EN AF DE STØRSTE
UDFORDRINGER I VOR TID**

”PostNord forpligter sig
til at nedbringe
CO₂-udledningen
med 40% inden 2020”

postnord

Facility Management
skal bidrage
til at opfylde målsætningen.

Vi spurgte os selv:
Hvad kan vi gøre?
- Foruden den klassiske
symptombehandling....



Energioptimering i Post Danmark

Teknisk optimering

Reduktion 2011 = 1,5 Gwh

Investering ca. = 5 mio.

Grøn Adfærd

Reduktion 2012 = 4-6 GWh.

Investering ca. = 3,8 mio.

Fastholde Grøn Adfærd

Reduktion 2013 = 5-6 GWh

Investering/drift = ½-1 mio.

Vi satte et ambitiøst mål
for besparelserne:

15%

i kampagneperioden

5%

vedvarende efter kampagnen

Efter 4 ugers kampagne
kunne resultatet gøres op:

Mål:

15%

i kampagneperioden

Resultat:

19,2%

Kampagnen var en succes!

POSTEN NORDEN INTENSIVERER MILJØARBEJDET | APRIL 2010

KLIMAFONDEN

2010



Formål & Mål for Grøn adfærd

15 %

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

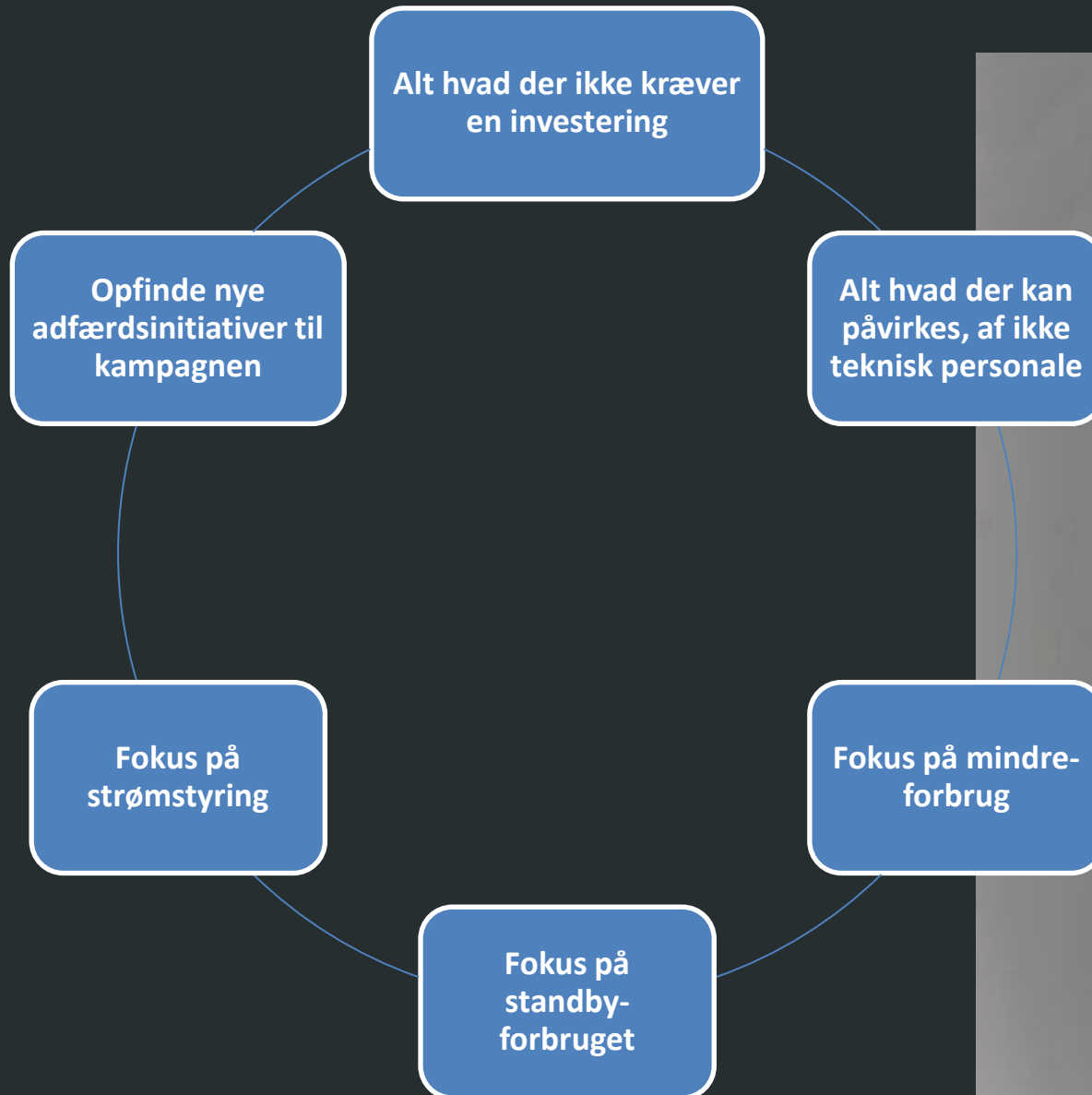
5 %

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

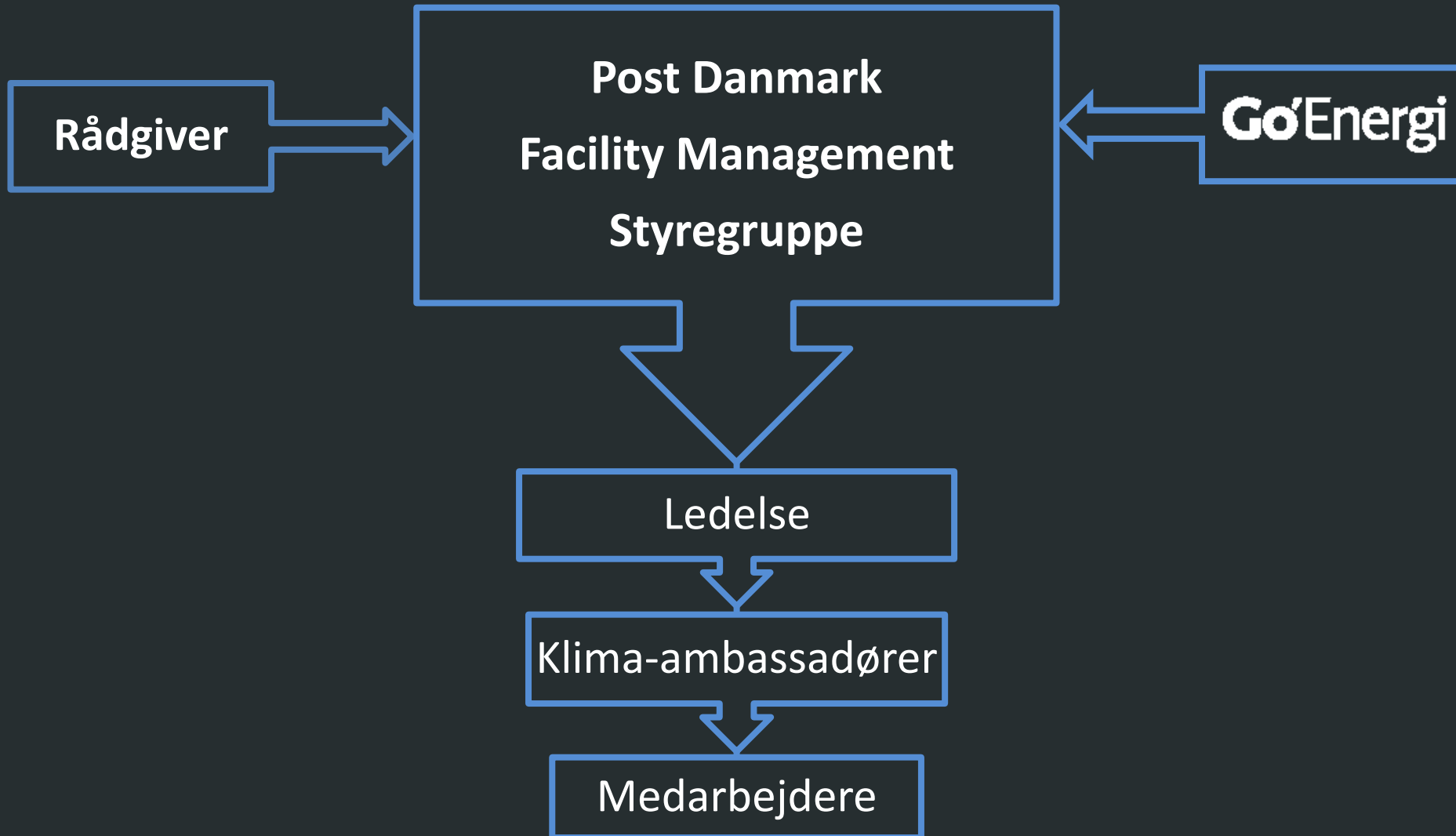
100 %

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

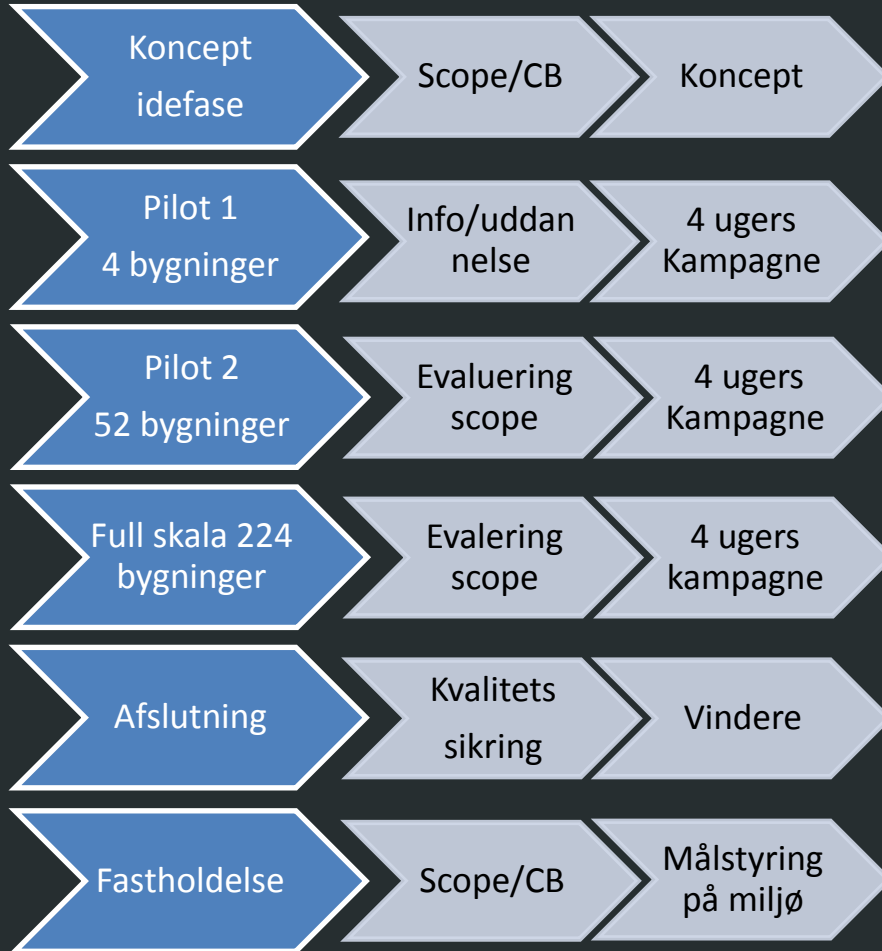
Hvad er energirigtig adfærd?



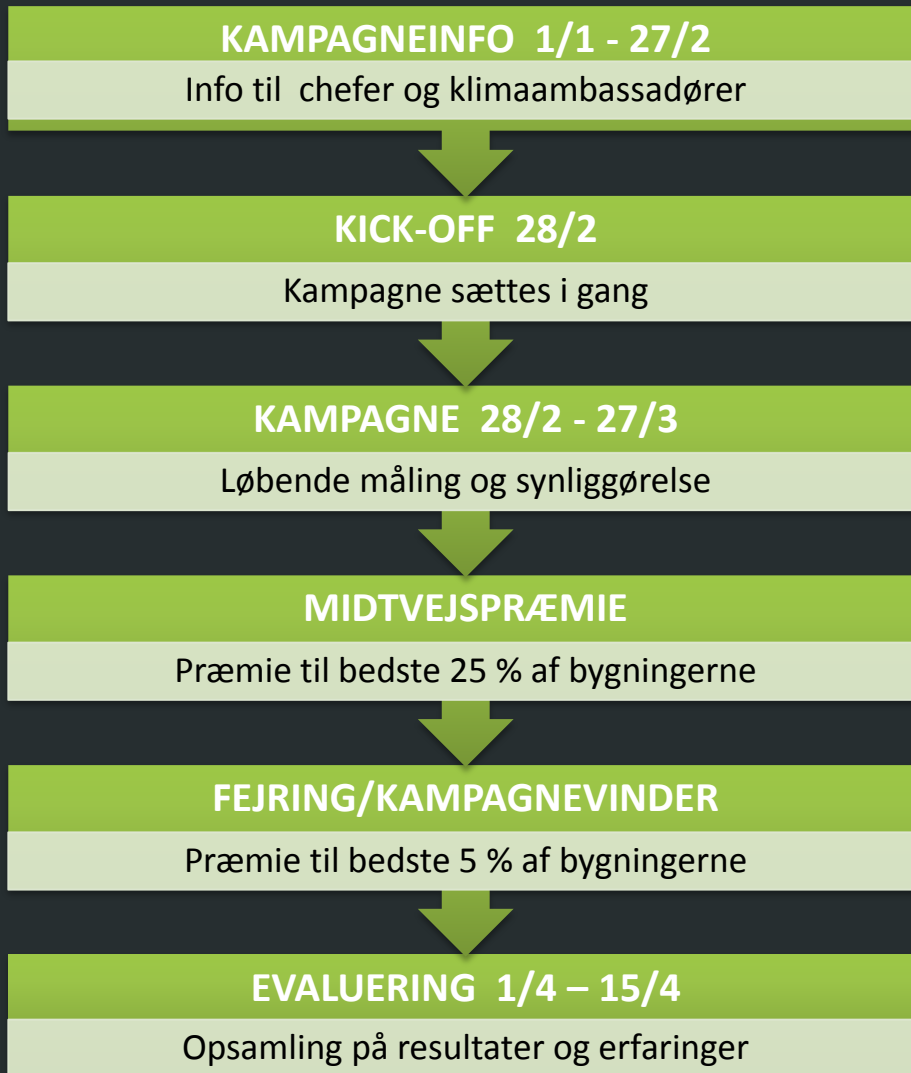
Organisering



Projektfaser



Kampagne tidsplan



Chef

Rolle:

- Gå foran med det gode *eksempel*
- Styrkelse af medarbejderes *engagement* og motivation
- *Sikre* koordinering af indsatsen

Forløb:

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

Leder

Rolle:

- Gå foran med det gode *eksempel*
- **Ansvarlige** for at informere og engagere klimaambassadører
- **Ansvarlige** for kampagnen hvis klimaambassadøren er fraværende

Forløb:

- **Sikre** koordinering af indsatsen
- Udvælge og informere klimaambassadør og give diplom
- Sikre at klimaambassadørens tid til kampagnearbejdet

Klimaambassadør

Rolle:

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

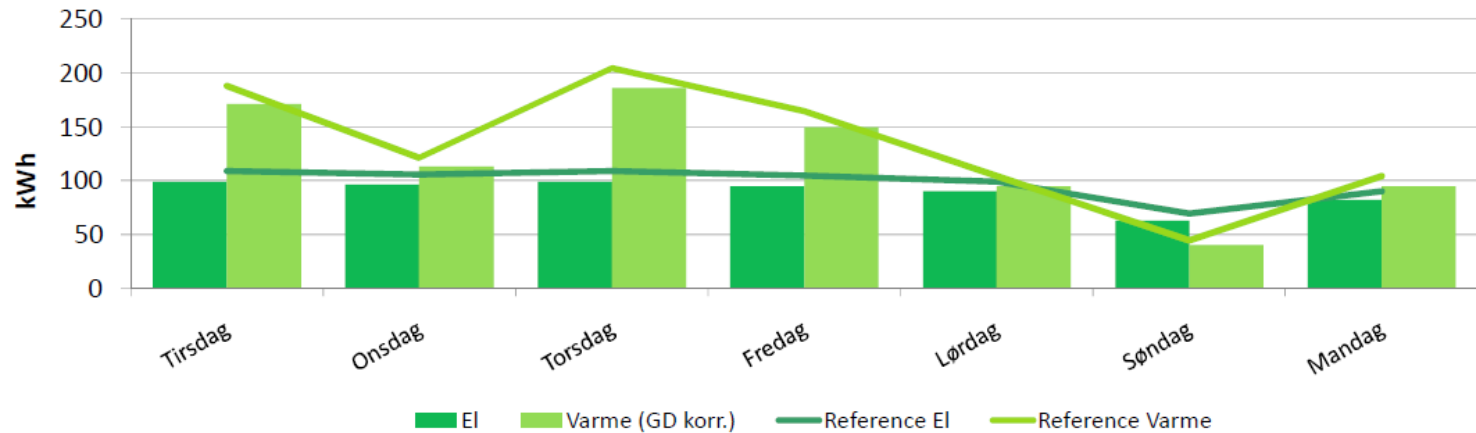
Forløb:

- Synliggøre kampagnematerialet
- Fortælle om kampagnen til Kick-off
- Ophænge måleresultater fra din leder i kampagneperioden

Måling ændrer adfærd !!

B5011 - Odense N Omdelings Center

El & varmeforbrug fra 6. september 2011 til 12. september 2011



Samlet graddagskorrigeret forbrug:

1473 kWh

Besparelse El

9,1%

Besparelse Varme

8,8%

Samlet besparelse i forhold til reference:

8,9%



Kampagnemateriale

postnord

GRØN ADFÆRD GODE ENERGIVANER

Forbrugsdata for november er klar til download

PAS PÅ ELFORBRUGET!

Tallene for november viser, at der stadig er alvorlige udfordringer med at holde fast i besparelserne på elforbruget. Vi vil derfor opfordre alle til at holde fast i de gode energivaner - især nu, hvor de lyse timer bliver færre, og fristelsen til at lade lyset brænde igennem er stor.



NYE FORBRUGSRAPPORTER



FM har nu genoptaget offentliggørelsen af forbrugsdata. Via linket i panelet til højre kommer du til de nye rapporter og en vejledning i, hvordan data overføres til plakaten "Vores energiforbrug".

PRÆSENTATION

Under punktet *Præsentation* i panelet til højre finder du en powerpointpræsentation. Den giver et kort rids af, hvordan GRØN ADFÆRD er forløbet, og hvilke tiltag, der er planlagt for at fastholde de gode resultater.

Resultat:
19,2%
Kampagnen var en succes!
Stor tak til alle, der bidrog til det flotte resultat.

EKSTRA TÆND-SLUK-URE

MANGLER DU ET TÆND-SLUK-UR?
send en mail til callcenter@post.dk



Forbrugsdata

Målsætninger

Præsentation

Klimaambassader

Materiale

Inspiration

Spørgsmål og svar

Forside

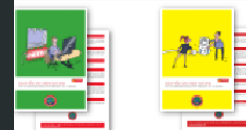
PLAKATER - ORIGINALFORMAT A2



UGEPLAKATER - A4



FLYERS MED SPARERÅD - A5



SPAREKATALOG - A5 - 12 SIDER



TAG TRAPPEN - A5

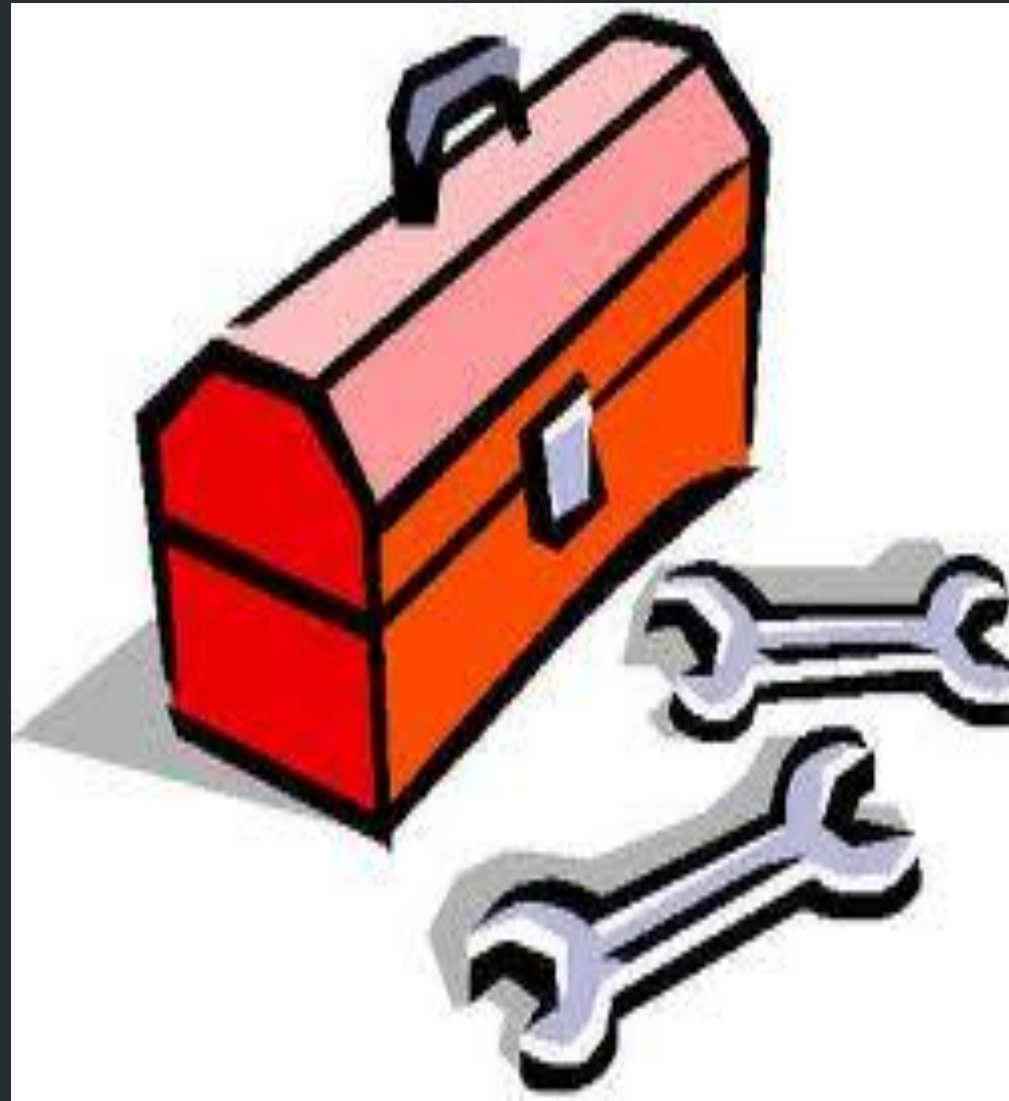


<http://intraposten/ejendomme/Ny%20FM%20hjemmeside/Default%2029.09.06.htm>

Værktøjer

Værktøjer:

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



Præmier

Midtvejspræmie

Midt i kampagnen vinder de bedste 25 % af bygningerne en flot klimakage

Kampagnevindere

De bedste 5 % af bygningerne præmieres med 10.000- 20.000 kr. pr. bygning (dog højst 500 kr. pr. person)



Er alt nu ved det gamle?

Men hvad sker der på nu?
Skal vi sætte spårene
mere?

Hvordan holder vi fast i
forbedringerne?

Fastholdelse af den energibesparende adfærd

15%

Hvordan opnår vi det?



GRØN ADFÆRD MOD NYE MÅL OPFØLGNING PÅ KAMPAGNER

FM har en plan

Efter at GRØN ADFÆRD er gennemført med et særdeles flot resultat, er FM nu i gang med en grundig evaluering af forløbet. På starten satte vi et mål på 15 % besparelse i kampagneperioden og derefter 5 % i varig besparelse. Det viste sig at gå over al forventning: Resultatet i kampagneperioden blev imponerende 19,2%. Nogle steder er der sparet langt over gennemsnittet, mens andre bygninger har opnået noget mere beskedne resultater. Vi mener, det må være muligt for topscorerne at fastholde en besparelse, der ligger i nærheden af kampagneresultatet, og at det kunne lykkes at forbedre resultaterne for de bygninger, der ikke så meget i kampagneperioden. FM vil gerne hjælpe hvor det, så også disse bygninger kan bidrage positivt.

INDIVIDUELLE MÅLSÆTNINGER

Hver bygning får tildelt en målsætning med udgangspunkt i resultater, der er opnået under kampagnen. Udsend

MÅNEDSRAPPORTER

Forbrugsrapporter for en måned ad gangen udgives i starten af juli, og de første rapporter offentliggøres på hjemmesiden i august.

KVARTALSKONKURRENCER

Hvert kvartal gøres forbrugsrapporter op og vinderne i to kategorier offentliggøres.

... hævne målsætningen fra 5 til 10 % i landsplan. Det er meget ambitiøst; ... ved en målrettet indsats. ... målet.

Vi ønsker alle hjælp og støtte til at nå målet i den lyse fremtid.

Facility Management

- 1: Individuelle målsætninger
- 2: Målstyring på miljø
- 3: Kvartalskonkurrencer

1: Individuelle målsætninger

Mulighederne for at spare varierer. Derfor får hver bygning tildelt sin egen målsætning med udgangspunkt i de besparelser, der er opnået under kampagnen.

Udsendes sidst i juni.



2: Målstyring på miljø

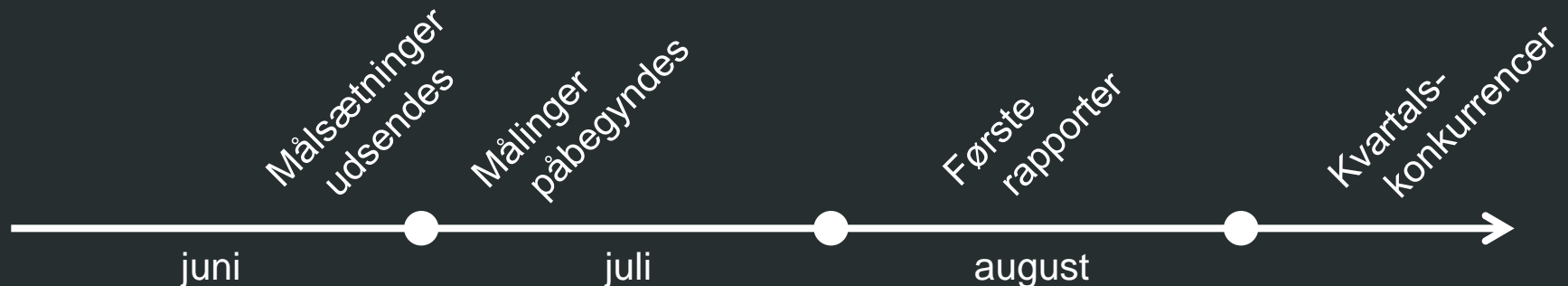
Forbrugsrapporter for en måned ad gangen.

Målingerne påbegyndes i starten af juli, og de første rapporter lægges ud på FM's hjemmeside i august.

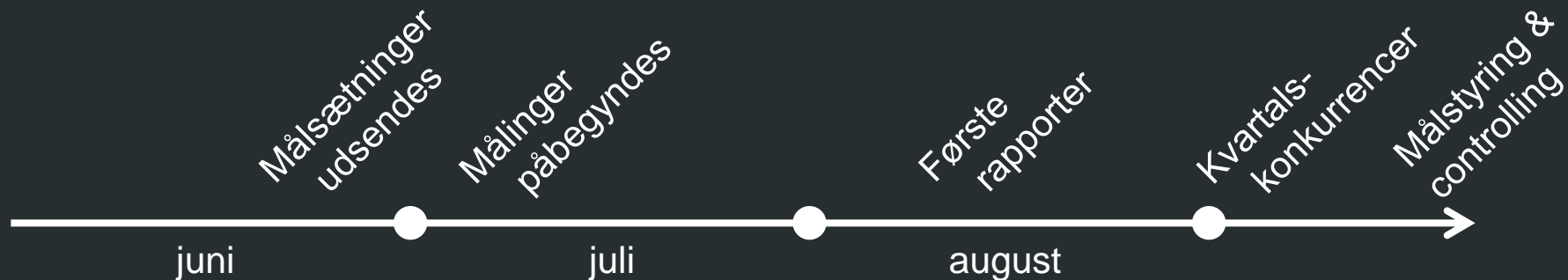


3: Kvartalskonkurrencer

Hvert kvartal gøres forbruget op på bygninger, og der udpeges vindere i to kategorier: el+varme og el alene.



Vi har fokus på det nye mål
på 15% - og på de
individuelle målsætninger.



Resultatopsamling

- Investering 3,8 mio. kr.
- Akkumuleret besparelse på kampagner 1 mio.
- Samlet Besparelse 6 mio.
- Payback 0,63 år

19,2%

Reduktion i
Kampagne

- Investering/forbrug ½ mio P.a.
- ½-1½ internt årsværk
- Forskellige incitamentsmodeller

16,6%

Reduktion
marts– dec

100 %
deltagelse
I Post
Danmark

- Investering 1,5 -2,5 mio
- PRT deltager 100 % i 2013
- Forventet reduktion 3 mio.
- Forventet Payback ca. ½ -1 år

Proaktiv
(miljø)
profilering af
Facility
Management

- FM skarpt profileret i Postnord
- Åbner vigtige døre til andre områder
- Cementer FM som værdiskabende i Postnord

Energifokus i FM 2013-2015

Grøn adfærd i
PRT/centre og hele
Postnord/Posten AB
(Sverige)

ISO & miljømålstyring i
renovation og øvrige
miljøområder

Strategiunderstøttelse via
Kompetenceudvikling på
energiområdet

Strategisk
energioptimering af 10-
20 bygninger p.a.

1-2 Strategiske
Optimeringer på tværs
af ejendomme



Spørgsmål???

