

# Medarbejdernes ideer sparer energi for flere tusinde kroner



KLS Grafisk Hus har uddannet sine medarbejdere til at tænke energibesparelser og klimapåvirkning ind i dagligdagen. Resultatet er motiverede medarbejdere og en klimavenlig profil, der tiltrækker nye kunder.

## EFFEKT AF MEDARBEJDER- INDDRAGELSE I KLS GRAFISK HUS

### Emne:

Adfærd, medarbejder-  
inddragelse

### Segment: Erhverv

– produktionsvirksomhed

### Årlig energibesparelse på trykkemaskine:

Tidligere elforbrug: 541.200  
kWh per år

Elforbruget i dag: 501.200  
kWh per år

Elbesparelse: 40.000 kWh  
per år svarende til 7,4 %

Kontant besparelse: 34.000  
kroner per år ved elpris på  
ca. 0,85 kroner per kWh

Investering: 0 kroner

*"Vi har brugt meget tid på at under-  
vise vores medarbejdere i at forstå  
klimaudfordringerne og bidrage aktivt  
til virksomhedens tiltag. Hvis medar-  
bejderne forstår meningen med det, vi  
gør, så spiller de nemlig også ind med  
andre ideer end dem, vi selv kan finde  
på i ledelsen."*

Sådan siger direktør Kasper Larsen fra trykkerivirksomheden KLS Grafisk Hus i Hvidovre. Virksomheden har siden 2007 arbejdet målrettet på at blive Danmarks første CO<sub>2</sub>-neutrale trykkeri.

Fra starten har ledelsen satset på at engagere medarbejderne, og det har givet bonus på bundlinjen. Eksempelvis har en trykker foreslået en ny procedure for, hvornår trykkemaskinerne skal slukkes frem for at køre i tomgang. Nu slukker de ansatte konsekvent maskinerne ved pauser

imellem skifteholdene. Det sparer virksomheden for ca. 40.000 kWh om året.

### Aktive infomøder engagerer

Informationsmøder for de 50 ansatte i KLS Grafisk Hus er omdrejningspunkt for medarbejderinddragelsen. På kvartalsvise møder er der hver gang et oplæg om energibesparelser eller klima. Det kan handle om alt fra globale klimaforandringer til de elbiler, som virksomheden gradvist går over til. Ved et personalearrangement fik alle medarbejdere mulighed for at prøvekøre de nye elbiler. Det afmystificerede elbilerne og skabte begejstring for at bruge elbilerne til opgaver i virksomhedens hverdag.

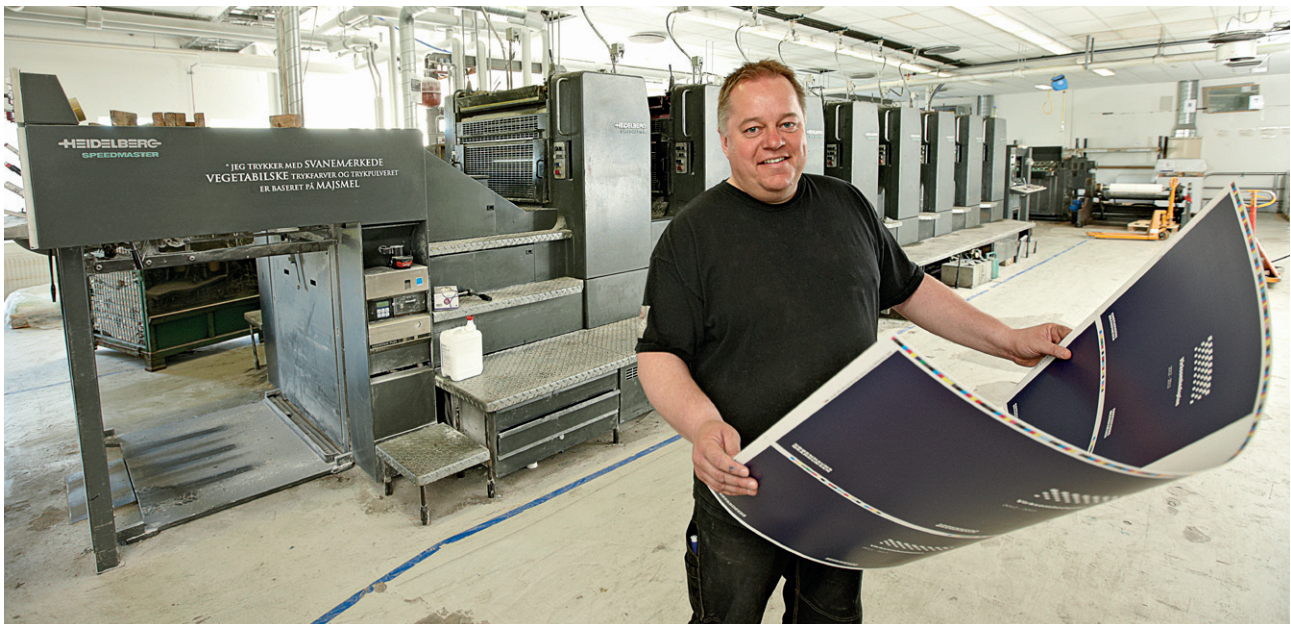
*"Ved at have en pris på  
CO<sub>2</sub> presser vi os selv til  
hele tiden at finde nye  
besparelser internt i virk-  
somheden ..."*

Kasper Larsen



På kvartalsvise infomøder for de ansatte i KLS Grafisk Hus er der hver gang et oplæg om energibesparelser eller klima. Det hjælper til at afmystificere og skabe begejstring for energibesparelser.

*"Vi veksler hele tiden mellem globale og lokale temaer, så de bliver vedkommende og spændende. På et strategimøde for nylig havde vi et tema om megabyer og byers ressourceforbrug. På et andet møde satte vi køb og salg af CO<sub>2</sub>-kvoter på programmet for at forklare vores ansatte, hvorfor vi siden 2009 har valgt at neutralisere den CO<sub>2</sub>-udledning, vi foreløbig ikke kan*



KLS Grafisk Hus tiltrækker kunder ved at fortælle om deres tiltag både eksternt og internt. På maskinen i baggrunden står: "Jeg trykker med svanemærkede vegetabiliske trykfarver og trykpulveret er baseret på majsmeal".

nedbringe internt i virksomheden. På det lokale niveau har vi anparteri i Hvidovre Vindmøllelaug og sidder med i bestyrelsen. Internt i virksomheden har vi plancher, hvor vi oplyser om energibesparelser og klimaudfordringer," siger Kasper Larsen.

*"... vi får nye kunder på grund af vores grønne profil"*

Kasper Larsen

### Klimaprofil giver kunder

Kasper Larsen er ikke i tvivl om, at de ansattes engagement i at spare energi i virksomheden bidrager til klimaprofilen. Han ved også med sikkerhed, at klimaprofilen giver kunder.

"Vi kan dokumentere, at vi får nye kunder på grund af vores grønne profil. Virksomheder giver udtryk for, at de vælger os af denne årsag. Derfor gør vi også meget ud af at oplyse kunderne om, hvad vi gør, og hvorfor vi gør det. Valget af os bidrager jo til kundernes egen grønne profil, så tingene hænger sammen. Vi holder kundearrangementer, hvor vi sørger for at have både faglige indlæg, nyheder og som en fast bestanddel et eksternt indlæg om klima eller energi," siger Kasper Larsen.

Han deltager i en klimagruppe for virksomheder, der er engagerede i at reducere CO<sub>2</sub>-udledningerne. Her bliver han jævnligt bedt om at holde oplæg og har blandt andet fortalt om, hvordan KLS Grafisk Hus inddrager medarbejderne.

*"En vigtig pointe er, at man som virksomhed ikke når særlig langt med at skabe en klimavenlig virksomhed, hvis ikke ønsket om det er fast forankret både i topledelsen og hos medarbejderne. De skal være aktive deltagere, og det bliver de ikke med tvang. Derfor gælder det om at uddanne folk, så de synes, det er sjovt at være med. Det kan være gennem medarbejderevents, informationsmøder med spændende indlæg og interne konkurrencer,"* siger Kasper Larsen.

*"Det gælder om at uddanne folk, så de synes, det er sjovt at være med"*

Kasper Larsen

### Dokumentation afgørende

KLS Grafisk Hus udarbejder hvert år et miljø- og klimaregnskab, hvor virksomhedens restudledning af CO<sub>2</sub> opgøres. Virksomheden har valgt at samarbejde med CO<sub>2</sub> focus for at få verificeret klimaregnskabet. KLS Grafisk Hus reducerer

### MEDARBEJDERINDDRAGELSE OG ENERGIBESPARELSER I KLS GRAFISK HUS

- KLS Grafisk Hus har, fra klimaindsatsen gik i gang i 2007 til 2011, øget produktionen med 18 %, mens energiforbruget (fratrasket elforbrug til elbiler) kun er steget med under 1 %. Derved har KLS Grafisk Hus knækket kurven og skabt vækst i produktionen stort set uden at øge energiforbruget
- Samlet brugte trykkerivirksomheden 1.349.814 kWh i 2011 mod 1.322.589 kWh i 2007

CO<sub>2</sub>-udledningerne mest muligt internt i virksomheden. Restudledningen bliver udlignet ved at indkøbe internationalt anerkendte CO<sub>2</sub>-kvoter.

*"Ved at have en pris på CO<sub>2</sub> presser vi os selv til hele tiden at finde nye besparelser internt i virksomheden. Det er nemlig et ganske betydeligt beløb, vi bruger,"* siger Kasper Larsen.

Det er afgørende for KLS Grafisk Hus, at eksterne parter kontrollerer indsatsen, uanset om det gælder ISO 14001-miljøcertificering, Svanemærket, FSC-mærket eller Klimamærket.

*"Ekstern kontrol er en forudsætning for certificeringernes troværdighed. Det betyder også, at både ledelse og medarbejdere er vant til at bruge de eksterne parter til at sparre med,"* siger Kasper Larsen.

#### EL- OG CO<sub>2</sub>-REDUKTION I KLS GRAFISK HUS

- Elforbrug i 2007: 32,98 kWh/1.000 offsettryk
- Elforbrug i 2011: 28,49 kWh/1.000 offsettryk
- Reduktion: 14 % (fraregnet elforbrug til elvarevogne og elbiler er besparelsen ca. 16 %. Elbilerne har erstattet diesel- og benzindrevne køretøjer, der kørte i basisåret 2007)
- CO<sub>2</sub>-udledningen er reduceret fra 717 ton i 2008 til 228 ton i 2010, svarende til en reduktion på 68 %. Det er opnået ved energibesparelser og ved indkøb af vindmøllestrøm fra det lokale Hvidovre Vindmøllelaug

### 3 gode råd

- 1 Brug Go' Energis gratis materialer til en kampagne om energirigtig adfærd – materialerne er målrettet forskellige virksomhedstyper. Find materialerne her: [GoEnergi.dk/adfaerds-kampagne](http://GoEnergi.dk/adfaerds-kampagne)
- 2 Informer vedholdende medarbejderne om, at det er nødvendigt at energieffektivisere og tænke på klimaet
- 3 Engager medarbejdere med f.eks. placher, informationsmateriale og medarbejderevents, så de bliver motiveret til at bidrage til energibesparelser og CO<sub>2</sub>-reduktioner

Kilde: Go' Energi



Direktør Kasper Larsen foran nogle af KLS' elbiler. Ved et personalearrangement fik alle medarbejdere mulighed for at prøvekøre bilerne, og de bliver nu brugt til opgaver i virksomhedens hverdag.

#### KONTAKTINFORMATION

Go' Energi: Projektleder Thomas Drivsholm, e-mail: [tdr@goenergi.dk](mailto:tdr@goenergi.dk), tlf.: 33 95 58 09  
KLS Grafisk Hus: Direktør Kasper Larsen, e-mail: [kl@kls.dk](mailto:kl@kls.dk), tlf.: 36 34 29 04