



1205-02-2008

Beskrivelse af klimakoncept til københavnske virksomheder

Sagsnr.
2008-18257

I Københavns Kommune har vi en vision om at blive verdens Miljømetropol og vise global lederskab i kampen for at bremse den globale opvarmning.

Dokumentnr.
2008-70297

Københavns CO₂-udslip skal inden 2015 være reduceret med mindst 20 % i forhold til i dag.

Sagsbehandler
Lotte Kjærgaard

Københavnske virksomheder står for 70 % af kommunens samlede elforbrug og for 35 % af varmekonsumet. Virksomhederne bidrager således betydeligt til CO₂-udledningen, og samtidig er mange virksomheder usikre på, hvordan de gør deres forretning klimavenlig. Det er nødvendigt at inddrage virksomhederne, hvis vi skal nå målet om 20 % reduktion af CO₂-udledningen inden 2015.

Til det formål vil Center for Miljø udarbejde et klimakoncept til virksomhederne.

Klimakonceptets opbygning

Klimakonceptet opbygges, så det på en let og overskuelig måde kan vejlede virksomhederne i arbejdet med at reducere deres CO₂-udledninger.

Konceptet forankres i Københavns Miljønetværk og vil være en udvidelse af de eksisterende tilbud, som omfatter miljøstyringskoncepter for en række virksomhedstyper. Det vil være muligt for virksomhederne at forpligtige sig til at arbejde med klimakonceptet uden samtidig at skulle forpligtige sig til at arbejde med miljøstyring på andre områder.

Det bærende i konceptet vil være, at den enkelte virksomhed afgiver et klimaløfte, som måles i ton CO₂. Herved forpligtiger virksomheden sig til at arbejde med energibesparelser og andre CO₂-reducerende tiltag.

Klimakonceptet vil bestå af følgende elementer:

- Teknisk/organisatorisk hjælp til arbejdet med CO₂-reduktion opbygget omkring en hjemmeside
- Klimaguide udviklet af WWF Verdensnaturfonden
- Energirådgivning sponsoreret af energiselskaber
- En kommunikationsplatform, der kan synliggøre såvel den enkelte virksomheds indsats som virksomhedernes samlede indsats

Virksomheder

Postboks 259
1502 København V

Telefon
3366 5982

EAN nummer
5798009595959

www.kk.dk

- Billige lån til energibesparelser

Teknisk/organisatorisk hjælp

Der opbygges en hjemmeside med oplysninger om konceptet, hvordan konceptet bruges samt med diverse hjælpeværktøjer. Hjemmesiden vil i høj grad anvende og linke til eksisterende værktøjer. Herunder vil der specielt blive linket til tjeklister med konkrete CO₂-reducerende tiltag indenfor forskellige brancher. Hjemmesiden vil være let tilgængelig og målrettet forskellige typer af virksomheder.

WWFs klimaguide

Klimaguiden vil dels indeholde en beskrivelse af, hvordan en virksomhed skal forholde sig, hvis de ønsker at blive anerkendt af WWF som ambitiøs klimavirksomhed. Derudover vil der være vejledning og henvisninger til, hvordan en virksomhed laver en klimaplan og får gang i de gode klimaaktiviteter. Der er indledt et samarbejde med WWF om udarbejdelse af såvel WWF's klimaguide som vores klimakoncept. Vi vil gensidigt reklamere for klimaguiden og klimakonceptet. Herved får vi en mere omfattende markedsføring og når et større antal virksomheder med klimakonceptet.

Energi- og klimarådgivning

Gennem klimakonceptet skal det være muligt at få gratis eller billig energirådgivning fra energiselskaber. Dette skal muliggøres gennem et samarbejde med Dansk Energi og deres medlemmer, som er under etablering. Rådgivningen vil primært rette sig mod de mellemstore virksomheder. Små virksomheder vil få tilbudt tjeklister, som de kan arbejde efter. Vi har en forventning om, at store virksomheder ikke bare foretager energibesparelser, men også udarbejder en mere omfattende klimaplan. Det arbejde kan kræve input fra en konsulent, som virksomhederne må finansiere selv.

Kommunikationsplatform

Et bærende element i konceptet og en motiverende faktor for virksomhederne er, at deres indsats bliver synlig overfor såvel kunder som nuværende og kommende medarbejdere. Branding lokalt, nationalt og internationalt er vigtigt, hvis en virksomhed skal investere i klimaaktiviteter.

Pt. arbejdes der i klimakonceptet med følgende elementer:

- 15 virksomheder udvælges som frontløbervirksomheder. Deres arbejde vil blive eksponeret ved en stor Kick off event i foråret 2008. I forbindelse med klima-topmødet i 2009 overrækker Ritt Bjerregård og Klaus Bondam en klimapris til den virksomhed, der har stået for den bedste klimaindsats. Herved promoveres selve klimakonceptet også, hvilket skal være med til at tiltrække yderligere virksomheder til at afgive klimaløfter og anvende konceptet.

- Virksomhederne tildeles guld, sølv og bronze (se uddybning herunder) afhængigt af deres ambitionsniveau. Ved årlige arrangementer uddeles diplomer til virksomheder fra forskellige brancher, som har gjort en særlig indsats.
- Der etableres et CO₂-barometer. Barometeret fungerer som vartegn for projektet frem til topmødet og viser virksomhedernes indsats.
- Virksomhederne får tilbudt et eget mini CO₂-barometer til at motivere de ansatte.
- Der udarbejdes standardtekster, som virksomhederne kan anvende på deres hjemmesider, i publikationer mv.

Billige/fordelagtige lån

Der arbejdes på at få et samarbejde med 1-2 banker. Samarbejdet skal gøre det nemt for virksomhederne at få lån til klimatiltagene. Hvis der kan opnås aftaler om finansiering til en lav rente vil det være med til at fremme arbejdet.

Guld-, sølv- og bronze-virksomheder

Virksomhedernes indgang til konceptet vil afhænge af deres ambitionsniveau og af virksomhedens type (branche og størrelse).

Ambitionsniveauerne deles op i bronze, sølv og guld, således at de mest ambitiøse virksomheder vil stræbe efter guld.

Alle virksomheder kan opnå guld, men til forskel fra de små virksomheder forventes de større virksomheder frivilligt at forpligtige sig til at opnå sølv eller guld, når de indtræder i konceptet. Grundtanken er således, at de brede skuldre må bære mest.

Bronze opnås for mindre virksomheder ved at anvende og gennemføre tiltag, som fastlægges i en række tjeklister. Tjeklisterne udarbejdes for en række forskellige brancher. Større virksomheder kan opnå bronze ved at få gennemført en kortlægning af energibesparelspotentialer af et energiselskab. Virksomhederne forpligtiger sig til at gennemføre de tiltag, som identificeres ved kortlægningen.

For at opnå sølv skal virksomhederne forpligtige sig til en mere omfattende kortlægning, som bl.a. omfatter fastlæggelse af deres eksisterende CO₂-udledning (baseline). De energibesparende tiltag skal være mere ambitiøse og virksomheden skal lave en mere omfattende klimaplan, som indeholder mere end bare energibesparende tiltag. Kravet er, at CO₂-udslippet skal reduceres væsentligt i forhold til det, man måtte forvente, hvis virksomheden ikke havde forpligtiget sig til at arbejde efter klimakonceptet.

Virksomheder, der ønsker at opnå guld, skal ud over kravene til sølv virksomhederne arbejde med energibesparelser/CO₂-reduktioner ud i

deres leverandørkæder. Kravene til guld-virksomhederne vil lægge sig tæt op af de krav, som WWF stiller til de virksomheder, der er en del af deres Climate Savers program. Virksomhederne forpligtiger sig til at reducere CO₂-udledningen i absolutte tal. Dvs. at selv om deres produktion stiger, skal CO₂-udledningen falde.