

Energieffektivisering gynnar alla

BeLivs, Energimyndighetens Beställargrupp Livsmedelslokaler, fyller 1,5 år. Styrelseordförande Åsa Domeij reflekterar över den första tiden med nätverket, som har som uppgift är att skynda på utvecklingen mot energieffektivare livsmedelslokaler för att hjälpa Sverige att nå de energimål som är uppsatta.

TEXT: LOUISE QUISTGAARD, SP SVERIGES TEKNISKA FORSKNINGSGRUPP

■ Åsa Domeij, miljöchef på Axfood, är mycket nöjd med BeLivs utveckling:

– På den här korta tiden har BeLivs beställargrupp kommit igång så bra med sina diskussioner och det har kommit fram så många intressanta projekt och början till nya projekt! Projektförslagen är dessutom generellt intressanta för hela branschen.

Uppstartsfasen för BeLivs var relativt kort i jämförelse med hur lång tid det brukar ta för liknande branschöverskridande projekt – men trots det så har projekten kommit igång väldigt bra. Att samla en hel bransch i ett gemensamt nätverk kan vara ganska komplicerat, men det har ändå gått smidigare än Åsa trodde från början. Och hon blir mer och mer övertygad om nätverkets möjligheter:

– Jag tycker att man stärks i uppfattningen ju mer man lär sig om det hela – potentialen med BeLivs är faktiskt väldigt stor. Utgångspunkten med minskningen av elanvändandet kändes väldigt ambitiös, men under den här perioden som gått så har känslan av att möjligheten faktiskt finns stärkts.

Förändrade attityder skapar möjligheter och utmaningar

De mest enkla och synliga energibesparande åtgärderna i livsmedelsbutiker är att sätta dörrar på kyl- och frysdiskar, frukt och grönt samt chark. Där har attityden i branschen förändrats väldigt mycket på några år, säger Åsa som minns att dörrar sågs som något väldigt opraktiskt:

– Man trodde att det inte alls skulle fungera med dörrar, och att kunderna skulle köpa mindre på grund av att det blev obekvämare. Men nu har det istället blivit så att kunderna uppfattar det som att butiken är modern om de jobbar med dörrar, och det känns också fräschare att öppna en dörr till matvarornas kylar. Dessutom är det inget konstigt för kunderna att behöva öppna en dörr – man är ju van vid att ha dörr på kylskåpet hemma!

En utmaning är att det finns ett tryck mot mer och mer kylning av varor. Folks matvanor har ändrats och det finns en större förväntan på kyld mat av högre kvalitet. Butikslokalerna måste många gånger både lyckas med att ha fler kylda hyllor i butikerna och samtidigt minska elförbrukningen. Både kundernas konsumtionsvanor och förväntningar på färsk och kyld mat försvårar utmaningen med att minska elförbrukningen – något som Åsa menar gör BeLivs arbete ännu mer viktigt.

Lönsamma åtgärder

Att branschen inte är bättre på att spara energi än vad den är i dagsläget anser Åsa bero på att fokus har legat på andra saker som kostar mer – för livsmedelsföretaget ligger de riktigt stora kostnaderna i inköp av varor. Energikostnaderna ligger mycket längre ner i listan över kostnader, och även om det handlar om mycket pengar så är det en liten del av de totala kostnaderna. För Åsa är det därför inte konstigt att fokus för livsmedelsföretagen inte i första hand ligger på att bygga upp kompetens om energieffektivisering även om det är viktigt för miljö, kunder och ekonomi.

– Men det går ändå att göra så mycket med så enkla åtgärder. I de flesta butiker där vi går in och gör genomgång så brukar vi hitta rätt många lönsamma åtgärder. Och de åtgärderna har en återbetalningstid mellan noll månader till ett år! Vi brukar kalla det för quick fix. Om man sen gör en större ombyggnad av lokalen kan man minska elförbrukningen väldigt mycket.

Det ekonomiska perspektivet kan även väga in på andra sätt. Åsa poängterar att om man inom handeln sparar pengar på att bli duktigare och mer kompetenta i sitt arbete med att spara energi så sparar man ju faktiskt pengar på något som också gör det bättre för både medarbetare och kunder. När det ska sparas pengar i butiker annars handlar det ju ofta om att man skär ner på personal, vilket både drabbar medarbetare och kunder.

– Med energieffektivisering kan man alltså både vara effektiv och spara pengar på något som bara gör det bättre för kunderna! Det finns både starka miljö- och ekonomiska skäl till att bli jättebra på att sänka energianvändandet, och det är verkligen jätteviktigt att komma ihåg.

Framtiden kräver kompetensutveckling

I tidigare intervjuer med BeLivs styrelsemedlemmar i KYLA+ Värmepumpar har de poängterat vikten av att ha en helhets-

syn på de komplexa system som livsmedelsbutiker är. Åsa Domeij håller med och påpekar att det faktiskt finns en kompetensbrist inom den kunskapen:

– Det finns många yrkeskategorier som är kompetenta inom olika områden; kylmontörer kan sin del och elektriker kan sin. Men det verkar finnas en brist på människor som förstår de komplexa delarna av butikerna. Om BeLivs sätter mer fokus på

handel och storkök, då kommer det behövas ännu fler sådana kunniga människor. Som det ser ut i dagsläget finns det ingen utbildning som förenar dessa olika områden inom branschen, så det hade varit bra om någon teknisk högskola kunde skapa en inriktning mot just system där kylningen är en stor del av elförbrukningen. För att kunna minska energianvändningen krävs det att man jobbar med helheten! ✦

BELIVS ENERGI-MYNDIGHETENS BESTÄLLARGRUPP LIVSMEDELSLOKALER

Nätverket Belivs uppgift är att skynda på utvecklingen mot energieffektivare livsmedelslokaler genom att driva utvecklingsprojekt.

Projekten handlar om att visa att och hur energieffektiv teknik och system fungerar i verkligheten tillsammans med medlemmarna. En lika viktig uppgift är att föra ut erfarenheter från projekten till resten av branschen som är kopplade till livsmedelslokaler. Belivs mål är att få ut energieffektiva system och produkter snabbare på marknaden. Parallellt med en ökad energieffektivitet skall utvecklingsprojekten också förbättra eller bibehålla verksamheten, matvarans kvalitet och inomhusmiljön i lokalerna samt vara ekonomiskt lönsamma.

