**ESCO – Velegnet til at fremme energirigtig renovering af parcelhuse?**

Der er både fra EU og fra dansk side igangsat tiltag, som skal mindske miljøbelastningen og afhængigheden af importerede brændsler samtidig med at fortsat økonomisk vækst sikres. Nogle energisparepotentialer lader sig realisere relativt enkelt, mens andre udgør en større udfordring. Energimæssige forbedringer af klimaskærmen på enfamiliehuse er et af de mere udfordrende områder i forhold til det politiske ambitionsniveau.

Det overordnede formål med projektet har været at reducere risikoen for potentielle energy service companies – ESCO’er – og dermed inspirere til, at flere tilbyder energiservice ydelser til private husholdninger. Målet har været at belyse, hvordan ESCO konceptet kan anvendes til at understøtte realiseringen af varmebesparelsespotentialet i enfamiliehuse, for derigennem at kvalificere debatten vedrørende ESCO som middel til energirigtig renovering af enfamiliehuse. Udgangspunktet for arbejdet var en hypotese om, at der findes en lang række attraktive og rentable spareprojekter, som ikke realiseres, primært fordi brugerne finder det for besværligt. Disse projekter kunne fremmes gennem en standardisering og en organisering, der kan sikre volumen, så området bliver interessant for relevante aktører samtidig med at kundernes behov for assistance tilfredsstilles til en rimelig pris. Ydermere har den bagvedliggende antagelse været, at ESCO forretningsmodellen kan anvendes som drivkraft for energibesparelser i klimaskærmen.

Projektets oprindelige ide var at tilbyde ”turn-key renovering” rettet mod f.eks. parcelhuse bygget i samme periode – en fleksibel totalløsning, som kan indeholde arkitekthjælp, finansiering, valg og styring af håndværkere, kontraktskrivning og opfølgning og aflevering. Derved flyttes ansvaret for energibesparelsernes gennemførelse fra kunden til en professionel aktør med bedre kompetencer og adgang til information om omkostningseffektive løsninger. Denne model søger at overvinde de barrierer, som handler om, at klimaskærmsforbedringer ofte er for langsigtede til at få ordentlig opmærksomhed og at det kan være besværligt at finde håndværkere, at indgå kontrakter m.m.

Målgruppen for projektet var alle relevante konsulentvirksomheder (herunder energiselskabernes kommercielle datterselskaber), virksomheder som fremstiller udstyr og teknologi på energiområdet, realkreditinstitutter, arkitekter, entreprenører og andre, der kan anses for potentielle ESCO’er.

Analysen er baseret på information indsamlet gennem Dansk Energi Nets E-Lab og en ekspertworkshop afviklet i 2008, en afprøvning af to konkrete energirenoveringskoncepter samt en markedsundersøgelse af eksisterende kommercielle tilbud og forskningsprojekter indenfor emnet energirenovering af enfamiliehuse, med udgangspunkt i hjemmesider og interviews med aktører. Forudsætningen er, at konceptet skal kunne fungere på kommerciel basis med udgangspunkt i den eksisterende regulering, gerne med net- og distributionsselskaberne som udbyder af koncepterne – enten alene eller i partnerskab med andre aktører.

EU definerer en ESCO som følger: ”*En fysisk eller juridisk person, der leverer energitjenester og/eller andre energieffektiviseringsforanstaltninger hos en bruger og herunder påtager sig en vis økonomisk risiko. Betalingen for de leverede tjenester afhænger (enten helt eller delvis) af, om der opnås en energieffektivisering, og om de øvrige aftalte kriterier for ydeevne opfyldes*”.

I henhold til EU’s definition af ESCO begrebet, indgår der således i ESCO ydelsen en garanti for en vis mængde energibesparelser og ESCO virksomheden modtager en betaling for ESCO ydelsen, der er knyttet til de realiserede energibesparelser. ESCO konceptet har således primært fokus på en deling af de økonomiske risici.

Vores markedsundersøgelse viser, at der endnu ikke udbydes traditionelle ESCO ydelser til energirenovering af klimaskærmen i enfamiliehuse. Noget tyder på, at dette traditionelle format ikke er optimalt som løftestang for energirenovering af klimaskærmen i enfamiliehuse under de eksisterende rammebetingelser. Problemet består deri, at netop denne målgruppes interesser, behov og bekymringer er ikke ensidigt fokuseret på størrelsen af den lovede energibesparelse og den økonomiske besparelse. ESCO ydelsens vigtigste funktion kunne fremover være at bistå kunden i at overkomme eller reducere dennes bekymringer og risici (i bred forstand) samt understøtte kundens interesser.

Hverken projektets forsøg med to energirenoveringskoncepter eller den gennemførte markedsundersøgelse tilvejebragte tilstrækkelig med information til at kunne konkludere noget endeligt vedrørende mulighederne for at skabe stordriftsfordele gennem standardisering og struktureret organisering af energirenoveringstilbuddene.

Noget tyder på, at kunderne er glade for energitjek og i øvrigt er villige til at betale en pris for dette, når blot de kan have tillid til slutresultatet.

Målrettet segmentering af kunder kan reducere omkostninger til kundebesøg og lignende. Et enkelt produkt som f.eks. en bestemt vinduestype lader ikke til at være en egnet vej til omkostningsreduktion, da kundernes behov er variable. Og dog kan det, at samle kundegrundlag for fællesindkøb af produkter og håndværkerarbejde, give rabatter.

Lokaleenergi og NRGi Rådgivning stod for realiseringen af projektets to konkrete ESCO forsøg. Lokalenergi’s forsøgstilbud bestod af en totalentreprise, konstrueret med tanke på at begrænse antallet af mandetimer og skabe volumen på salget af vinduer for dermed at opnå rabat i og med at tilbuddet kun gjaldt én type vinduer og alle husets vinduespartier. Dog tyder responsen på, at konceptet var for restriktivt. NRGi Rådgivnings forsøgstilbud bestod af mere fleksibel bygherrerådgivning og var knyttet an til energimærkningsordningen, men havde ikke større succes.

Pilotprojekter i Middelfart og Høje-Taastrup har haft større held med at benytte hhv. en lokal klimaforening og kommunen som løftestang for at samle husejere omkring et fælles renoveringsarbejde, hvorved der opnås rabatter.

Der lader til at være et behov blandt private husejere for energifaglig rådgivning og bekræftelse af, at den valgte energirenoveringsløsning er sund teknisk og miljømæssigt set, måske fra en neutral part. Denne opgave kan varetages af forskellige aktører heriblandt også energiselskaberne. Energiselskaberne lægger vægt på værdien af et helhedsperspektiv og udnyttelse af muligheder for synergi mellem forskellige energiforbedringer. De observerede tilbud i markedet spænder fra minimal involvering af energiselskaberne – dog indenfor de fastlagte regler knyttet til energispareforpligtelserne – til tovholder og primus motor.

Samlet set er der et voksende udbud af ydelser relateret til energirigtig renovering af klimaskærmen i enfamiliehuse, men ingen af disse er organiseret som en traditionel ESCO-ydelse. Der er tegn på at stordriftsfordele kan opnås uden brug af den traditionelle ESCO forretningsmodel. Den store udfordring består i at skabe tilstrækkelig efterspørgsel efter energirigtig renovering og incitament for udbyderne.