

Naslov: Raziskava REUS razkriva nove tržne priložnosti

Datum: 01.02.2012 Stran, Termin: 32

Žanr: Poročilo

SLOVENIJA

Naklada: 3000

Površina, Trajanje: 512.38

Avtor: Rajko Dolinšek, Olivera Bačovič Dolinšek in

Rubrika, Oddaja: Med številkami



# Raziskava REUS razkriva nove tržne priložnosti

**Potrošniki, ki so naklonjeni energetsko varčnim izdelkom in ekološko osveščenemu vedenju, se k temu ne nagibajo toliko zaradi ljubezni do narave kot zaradi prihrankov. In ravno ta vzgib je treba upoštevati pri komunikaciji energetsko varčnih izdelkov.**



► **RAJKO DOLINŠEK, OLIVERA BAČOVIČ DOLINŠEK IN ANDRAŽ ZORKO**

V vsakodnevem življenju uporabljamo številne naprave, aparate, različne sijalke in prevozna sredstva, ki za svoje delovanje potrebujejo energijo. Če so stavbe, v katerih živimo, slabo izolirane z vgrajenimi energijsko neučinkovitimi okni, so mesečni stroški za energijo lahko precejšnji. Energetska učinkovitost zato postaja vse pomembnejši dejavnik, ki vpliva na ponudbo in povpraševanje vseh teh proizvodov, ki so neogibni za življenjski standard povprečnega gospodinjstva, s tem pa se spreminjajo tudi trženjski pristopi pri prodaji tovrstnih izdelkov. Izpostavljanje energetske učinkovitosti pri izdelkih tako stopa v ospredje. Že bežen pregled zunanjih oglasnih površin odkriva, da avtomobilske znamke, predvsem nižjega in srednjega cenovnega razreda, vedno opazneje, pogosto kar na prvem mestu, izpostavljajo porabo goriva v kombinaciji z ogljičnim odtisom. Energetska učinkovitost namreč ni le – in predvsem ne – stvar visoke ekološke ozaveščenosti, temveč finančne učinkovitosti. Kot je odkrila raziskava REUS, se potrošniki, ki so naklonjeni energetske varčnim izdelkom in ekološko osveščene vedenju nasploh, k temu ne nagibajo toliko zaradi ljubezni do narave kot zaradi prihrankov, ki jih tovrstni izdelki ali vedenje nasploh prispevajo v družinski proračun. Ta vzgib oz. vrednota, ki stoji za atributom energetske učinkovitosti, je seveda zelo pomembna – ravno to je namreč tisto, kar je treba upoštevati pri komunikaciji tovrstnih izdelkov. Ne glede na to, katera vrednota stoji za naklonjenostjo tovrstnim izdelkom, pa je jasno, da področje energetske učinkovitosti odkriva nove tržne priložnosti, pred trženjske prakse pa postavlja nov izziv – kako to v čim večji meri izkoristiti.

#### ■ **Večje investicije v učinkovito rabo energije pomenijo večje prihranke**

Spremljanje tržnih priložnosti, ki jih ustvarja vse večje uveljavljanje učinkovite rabe energije, je eden od namenov Raziskave energetske učinkovitosti Slovenije – REUS, ki je bila prvič izvedena leta 2009. Raziskava je nastala v sklopu modela sinergijskega poslovanja, ki temelji na povezovanju interesov na področju spodbujanja učinkovite rabe energije. Model – razvila ga je Olivera Bačovič Dolinšek – usklajuje in povezuje interese končnih porabnikov energije in ponudnikov s širšimi družbenimi interesi. Raziskavo REUS sta na tej podlagi zasnovala agencija Informa Echo in družba Valicon. K razvoju raziskave pa so pomemben delež prispevali Arhea ter tudi Petrol in HSE kot prva naročnika. Center za energetske učinkovitost pri IJS, Gradbeni inštitut ZRMK in Statistični urad republike Slovenije so poleg Informa Echo kot nosilca projekta in Valicon člani konzorcija, ki raziskavo REUS kontinuirano izvaja.

Na področju energentov, predvsem naprav, aparatov, prevoznih sredstev pa tudi stavbnega pohištva in načina gradnje, je v zadnjih letih veliko novih možnosti, ki omogočajo večjo učinkovitost in s tem manjše stroške za energijo. Za gospodinjstva je glavni motiv pri varčevanju z



### ■ Verjetnost nakupa novega avtomobila

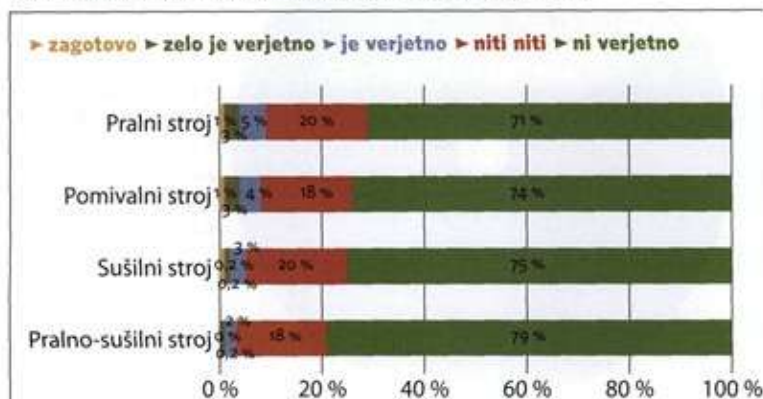
Kako verjetno boste v naslednjih 12 mesecih v vašem gospodinjstvu kupili nov avtomobil? (n = 1021)



Vir: REUS, 2011.

### ■ Verjetnost nakupa aparata

Kako verjetno boste v naslednjih 12 mesecih kupili naslednji aparat? (n = 1021)



Vir: REUS, 2011.

energijo predvsem prihranek denarja, ki je pogojen z ravnanjem in investiranjem v energetsko učinkovitost. Največje prihranke omogočajo večje investicije v učinkovito rabo energije, ki pa se zaradi zmanjšane porabe relativno hitro povrnejo. Na uveljavljanje in uvajanje energetske učinkovitosti vplivajo številni dejavniki, predvsem zakonodaja, subvencije, večji poudarek na varčevanju in okoljska osveščenost porabnikov energije. Proizvajalci in ponudniki pa v tem prepoznajo tržno priložnost. Kratak vpogled v tržni potencial nekaterih ključnih proizvodov, vezanih na rabo energije, ki ga omogočajo rezultati raziskave REUS 2011, je podan v nadaljevanju.

### ■ Gospodinjstvi aparati

Hladilniki in zamrzovalniki sodijo med največje porabnike električne energije, saj so stalno vključeni. Če uporabljamo starejše, neučinkovite naprave, je smiselno, da jih zamenjamo z energetsko učinkovitimi, ki sodijo v energijski razred A ali višji. Pri navadnih hladilnikih in zamrzovalnih skrinjah prevladuje starost od pet do devet let, pri kombiniranih hladilnikih in zamrzovalnih omarah pa je nekoliko več takih, ki so stari manj kot pet let. Večina, okoli 40 odstotkov naprav, sodi v energijski razred A. V naslednjih dvanajstih mesecih se bo za nakup nove hladilne naprave odločilo med 2 in 4 odstotki gospodinjstev, odvisno od vrste naprave.

V sedmih od sto gospodinjstev bodo v naslednjih dvanajstih mesecih verjetno kupili nov štedilnik, med njimi večina zagotavlja, da bo energijsko varčen. Pri nakupu štedilnika bodo

izbrali predvsem kombiniranega plinsko-električnega. Za električni indukcijski štedilnik bi se odločila skoraj četrtina gospodinjstev, kar je bistveno več kot leta 2010. V primerjavi s prejšnjim merjenjem je največji padec zaznati v izbiri kombiniranega indukcijsko-steklokeramičnega štedilnika.

Več kot polovica pralnih, sušilnih in pomivalnih strojev je starih več kot pet let, od tega pa skoraj četrtina starejših od deset let. Za navedene naprave velja, da jih med 34 in 43 odstotkov sodi v energijski razred A. 4 do 5 odstotkov gospodinjstev bo v naslednjih dvanajstih mesecih verjetno kupilo nov pralni oz. pomivalni stroj, v večini primerov se bodo odločali za nakup energijsko varčne naprave.

Ne nepomemben je tudi podatek, da so za energijsko varčne gospodinjstve aparate anketirani v povprečju pripravljani plačati tudi za petino višjo ceno.

### ■ Elektronski aparati

Skoraj dve tretjini gospodinjstev ima vsaj en katodni tv-sprejemnik, kar je za 10 odstotkov manj kot leta 2010. Več kot polovica je starejših od deset let. Slaba polovica gospodinjstev ima vsaj en LCD tv-sprejemnik, ki je najpogosteje star med dvema in petimi leti.

LED in plazma tv-sprejemnik najdemo v 5 do 6 odstotkih gospodinjstev. Večina teh naprav je starih manj kot pet let. V prihodnjih dvanajstih mesecih se bo približno 8 odstotkov anketiranih odločilo za nakup televizijskega sprejemnika ali prenosnega računalnika, katerih število se je od lani povečalo za 6 odstotkov.

### ■ Vozila

Slaba polovica gospodinjstev ima v lasti en osebni avtomobil, slaba tretjina dva, dobra desetina pa tri ali več. 15 odstotkov gospodinjstev nima avtomobila. Več kot tri četrtine gospodinjstev uporablja avtomobil na bencin, nekaj manj kot polovica pa na dizelsko gorivo. Skoraj polovica gospodinjstev ima avtomobil star med pet in deset let, dve petini od deset do petnajst let, slaba tretjina pa od dveh do petih let.

Skoraj vsako deseto gospodinjstvo se bo v naslednjih dvanajstih mesecih verjetno odločilo za nakup novega avtomobila. Med temi se bo 5 odstotkov vprašanih odločilo za hibridno vozilo. Če bi z električnim avtomobilom z enim polnjenjem prevozili do 300 km, bi se zanj odločilo 4 odstotke gospodinjstev, kar je za dve tretjini manj kot v letu 2010.

### ■ Oogrevanje

Osem odstotkov gospodinjstev razmišlja o menjavi načina ogrevanja, kar je višji odstotek kot v letu 2010. Pri menjavi ali dopolnitvi bi vprašani najverjetneje izbrali toplotno črpalko zrak-voda, peč na tekoča goriva, plinsko peč, sprejemnike sončne energije ali peč na trda goriva. S celotnimi stroški prehoda na nov način ogrevanja je seznanjena dobra polovica vprašanih.

Do konca kurilne sezone v letu 2011 je plačevala stroške za ogrevanje po pavšalu na ogrevano površino slaba polovica gospodinjstev, po dejanski porabi toplote pa 42 odstotkov anketiranih, ki živijo v večstanovanjskih stavbah. Skoraj polovica gospodinjstev še vedno nima nameščenih termostatskih ventilov na radiatorjih. Četrtnina gospodinjstev, ki termostatskih ventilov še nima, jih namerava namestiti v naslednjih dvanajstih mesecih. Bistveno več je teh gospodinjstev v večstanovanjskih stavbah (39 odstotkov), kar je verjetno povezano z obveznim prehodom na obračunavanje po dejanski porabi toplote, ki je stopil v veljavo konec septembra 2011.

### ■ Klimatske naprave

Klimatsko napravo ima nameščeno vsako šesto gospodinjstvo, več kot tretjina pa jo uporablja tudi za ogrevanje. Poleti brez klime ne more shajati več kot tretjina anketirancev, ki napravo že imajo. V sedmih od sto gospodinjstev nameravajo v prihodnjih dvanajstih mesecih kupiti klimatsko napravo.

### ■ Stanje stavb

Izolacija fasade je bila izvedena v dobri četrtini gospodinjstev. Pogosteje v enodružinskih stavbah kot v večstanovanjskih. Precej več kot tretjina hiš izolacije sploh nima. Na skoraj polovici stavb je že bila opravljena menjava strehe. Dobra tretjina stavb nima izolacije strehe.

V skoraj polovici gospodinjstev so že menjali okna. Več kot tretjina oken je starih od pet do dvajset let, dobra četrtina pa od dvajset do petintrideset let. Zanimiva ugotovitev je, da je bil največji odstotek izvedenih izolacij in menjav oken v letih, ko je Eko sklad v ta namen podeljeval subvencije. **MM**