

Loppuraportti hankkeesta Digimarkkina taloyhtiöiden energiaprojekteille



Euroopan unionin rahoittama –
NextGenerationEU

Hankenumero: VN/17764/2022

Hankkeen vastuullinen taho: Tarja Teppo

Raportointipäivämäärä: 09.06.2023

Action Energy Market

Energiatohkeus Sähköjoneuvot Valaistus Lämmitys Muu konsultointi Maalämpö Ilma

Lämmöntalteenotto Vesi-ilma LP Aurinkosähkö

Avoimet tarjouspyynnöt

Etsi alueittain:

Energiatohkeus

Tee haku Näytä kaikki

Vantaa, 00410 5650m² 6 päivä(ä) 07/06/2023

Näytä

Kauniainen, 02760 3570m² 6 päivä(ä) 07/06/2023

Näytä

| | |
|--|----|
| Loppuraportti hankkeesta Digimarkkina taloyhtiöiden energiaprojekteille | 1 |
| Tiivistelmä | 3 |
| Summary | 3 |
| Hankkeen tausta ja tavoitteet | 3 |
| Hankkeen osapuolet ja menetelmät | 4 |
| Hankkeen tulokset..... | 5 |
| Osio 1: Onnistumiset (Käytännön pilotti) | 5 |
| Osio 1: Haasteet (Käytännön pilotti) | 6 |
| Osio 1: Lessons learned jatkoa varten (Käytännön pilotti) | 7 |
| Osio 2: Onnistumiset (Rahoitusratkaisut)..... | 8 |
| Osio 2: Haasteet (Rahoitusratkaisut)..... | 8 |
| Osio 3: Onnistumiset (Kanavat saavuttaa taloyhtiöt) | 9 |
| Osio 3: Haasteet (Kanavat saavuttaa taloyhtiöt) | 9 |
| Hankkeen vaikuttavuus / vaikutukset..... | 10 |
| Viestinnän toteutuminen ja tulokset..... | 10 |
| Viestinnän sisältö, kohderyhmät, käytetyt kanavat..... | 10 |
| Arvio viestinnän onnistumisesta, viestintäsuunnitelman onnistumisesta | 12 |
| Tulosten kestävyys ja hyödyntäminen | 13 |
| Arvio tulosten kestävydestä ja konkreettisuudesta ja siihen liittyvistä riskeistä..... | 13 |
| Ehdotukset hankkeen tulosten hyödyntämiseksi | 13 |
| Suositukset tulevia hankkeita ja ohjelmia varten | 14 |
| Yhteenveto hankkeen päätuloksista..... | 14 |
| Summary of the project results..... | 15 |

Tiivistelmä

Hanke koostui kolmesta osasta: (1) **toteutettiin pilotti** taloyhtiö- ja isännöintitoimistokentässä, jossa taloyhtiöiden energiaremonteille haettiin tarjouksia digitaalisen markkinapaikan avulla käyttäen valmiita tarjouspyyntöpohjia. Live palvelu löytyy osoitteesta www.actionenergymarket24.com ; (2) Tämän lisäksi **selvitettiin taloyhtiökentän energiaprojektien rahoitusratkaisuja** ja mahdollisuuksia niiden integroimiseen osaksi digitaalista markkinapaikkaa; sekä (3) **selvitettiin mitkä ovat taloyhtiöiden energiaremonttien kannalta tehokkaimmat (viestintä)kanavat ja/tai yhteistyökumppanit**, jolla digitaalinen markkinapaikka saavuttaisi taloyhtiökentän päättäjät.

Summary

The project consisted of three parts: (1) a pilot was carried out in the housing company and property management area. In the pilot bids were sought for energy renovations of privately-owned housing companies using a digital marketplace using ready-made tender request forms (live service available at www.actionenergymarket24.com); (2) In addition to this, financing solutions for energy projects in the housing company sector and possibilities for integrating them into a digital marketplace were investigated; and (3) it was analyzed which are the most effective (communication) channels and/or collaboration partners, with which digital marketplace for energy renovations could be brought to commercial use.

Hankkeen tausta ja tavoitteet

Hanke koostui kolmesta osasta:

- (1) **Käytännön pilotti** taloyhtiö- ja isännöintitoimistokentässä hyödyntäen Action Energy Market (AEM) -digialustaa. Palvelu löytyy livenä osoitteessa www.actionenergymarket24.com ja on ollut ilmaiseksi käytettävissä taloyhtiöiden, isännöintitoimistojen sekä energiapalveluja tarjoavien tahojen käytössä pilotin ajan. Markkinapaikalla taloyhtiöt voivat luoda energiaremonttiaan koskevan tarjouspyynnön ja palveluun rekisteröityneet energiapalveluja tarjoavat tahot voivat vastata tarjouspyyntöön ja lähettää lisäkysymyksiä. Palvelun toimintamalli perustuu valmiisiin tarjouspyyntöpohjiin, jotka ohjaavat ostajaa sisällyttämään palveluntarjoajien tarvittavan tiedon ja mahdollistavat kommunikoinnin ostajan ja palveluntarjoajan välillä. Palvelussa on pilotin loputtua tarjolla lähes 30 tarjouspyyntöpohjaa, joita taloyhtiöt voivat hyödyntää tarjouspyyntöä luodessaan.
 - **Tavoite:** testataan vauhdittaako ja helpottaako digitaalinen markkinapaikka taloyhtiöiden energiaprojektien hankintaa ja täten taloyhtiökentän vähähiilistymistä.
- (2) **Lisäselvityksiä liittyen energiaprojektien rahoitusratkaisuihin** ja niiden integroimisesta osaksi digitaalista markkinapaikkaa
 - **Tavoite:** selvittää miten tuoda rahoitus (ja mikä rahoitusmuoto) tarjolle taloyhtiökenttään digimarkkinapaikkaa hyödyntäen.

- (3) **Selvitetään kanavat tuoda markkinapaikka käyttöön** kaupunkien, energiayhtiöiden sekä muiden energiamuutosta taloyhtiöissä edistävien tahojen kautta.
- **Tavoite:** löytää kanavat jotka tavoittavat taloyhtiöt ja saavat aktivoitua niitä toteuttamaan energiaparannusprojekteja käyttäen digitaalista markkinapaikkaa.

Hankkeen osapuolet ja menetelmät

Osio 1: Käytännön pilotti

- **Osapuolet:** Action Energy Finance (AEF), Retta (Isännöintiyhtiö), Fluxio Isännöinti (isännöintiyhtiö)
- **Menetelmät:** Pilotti koostui valmisteluvaiheesta, testausvaiheesta sekä livepilottista.
- **Valmisteluvaiheesta** (loka-joulukuu 2022) vastasi AEF. AEM-alustalle¹ luotiin taloyhtiöitä varten valmiit tarjouspyyntöpohjat, yhteensä 27 kpl (ks. www.actionenergymarket24.com)². Ennen pilottin alkua kartoitettiin eri tietokantoja sekä LinkedIniä hyödyntäen energiaremontteja Suomessa tarjoavat tahot ja kyseisten yritysten yhteyshenkilöt. Sähköpostikampanjalla näihin tahoihin otettiin yhteyttä ja kerrottiin mahdollisuudesta osallistua pilottiin. Noin 150 palveluntarjoajaa ilmoittautui pilottiin, mikä ylitti odotukset.
- **Testausvaiheessa (tammi-helmikuu 2023)** Retta ja Fluxio saivat testata tarjouspyyntöpohjia ja antaa palautetta käytettävyyteen sekä tarjouspyyntöpohjien sisältöön. AEF korjasi esiintulleita bugeja ja paransi käytettävyyttä. Tämän lisäksi moni palveluntarjoaja otti AEF:ään suoraan yhteyttä ja esitti toiveita uusista tarjouspyyntöpohjista. Nämä toiveet otettiin huomioon mahdollisuuksien mukaan.
- **Live-pilotti -vaiheessa (maaliskuu-toukokuu 2023)** palvelu avattiin kaikille käyttäjille. Pilottiin ilmoittautuneille palveluntarjoajille lähti viesti, jossa kehoitettiin rekisteröitymään palveluun. AEF teki YouTube -opasvideot sekä isännöitsijöiden, taloyhtiöiden että palveluntarjoajien käyttöön. AEF vastasi live-pilottin aikana palvelun toimivuudesta ja vastasi käyttäjien kysymyksiin ja teki korjauksia ilmenneisiin bugeihin. Rettan ja Fluxion tehtäväksi jäi kannustaa isännöitsijöitään luomaan tarjouspyyntöjä. Tämän lisäksi luotiin esimerkkitarjouspyyntöjä AEF:n toimesta. Live-pilottiin otettiin käyttäjiksi mukaan myös suoraan taloyhtiöitä Taloyhtiöklubin kautta.

Osio 2: Lisäselvitykset rahoitusratkaisuksista

- **Osapuolet:** Action Energy Finance (AEF)
- **Menetelmät:** Koska pilotti keskittyi taloyhtiökenttään, päätettiin fokuoittaa vihreiden lainojen lainatarjousten hakuprosessiin parantamiseen³. Keskustelua vihreiden lainojen hakemisesta digimarkkinan kautta käytiin kahden suomalaisen pankin kanssa (Danske Bank, OP).

¹ Action Energy Market -alusta on AEF:n kehittämä ja omistama ohjelmistoalusta.

² Alkuperäinen hankesuunnitelma sisälsi suunnitelman luoda 17 tarjouspyyntöpohjaa, mutta palveluntarjoajaverkostoa koottaessa saatiin paljon toiveita lisättävistä pohjista, jolloin valikoima laajeni 27:ään pohjaan.

³ ARA-rahoituksen sääntöjen takia palvelurahoitus ei rahoitusratkaisuna ole taloyhtiöille kilpailukykyinen vaihtoehto, jos taloyhtiö saa hankkeelleen ARA-rahoitusta (ARA-rahoitus velvoittaa taloyhtiön omistamaan hankkeen kohteena olevat investoinnit).

Osio 3: Lisäselvitykset kanavista saavuttaa energiaremontteja suunnittelevat taloyhtiöt

- **Osapuolet:** Action Energy Finance (AEF)
- **Menetelmät:** Keskustelua käytiin useiden eri tahojen kanssa (mm. Kiinteistöliitto, Isännöintiliitto, Helsingin kaupunki, Espoon kaupunki, HSY, Forum Virium, Motiva, Taloyhtiöklubi, Helen, Fortum, Talotuntija, DeCarbon-tutkimushanke, Omakotitaloliitto ja useita energiasektorin palveluntarjoajia)

Hankkeen tulokset

Osio 1: Onnistumiset (Käytännön pilotti)

- **Tavoitteiden ja suunniteltujen tulosten toteutuminen:**
 - Palvelun yleinen toimivuus ja konsepti todettiin pilotissa hyväksi. Sekä palveluntarjoajat että taloyhtiöt osasivat rekisteröityä ja käyttää alustaa ilman suuria haasteita.
 - Palveluun toimintaan saatiin pilotissa arvokasta asiakaspalautetta
 - Käyttäjät pystyivät antamaan käytönaikaista palautetta AEM24-palvelun sivuille integroidun HotJar-palvelun kautta. Samalla työkalulla tehtiin kysely siitä, kuinka paljon asiakkaat olisivat valmiita palvelusta maksamaan. Suurin osa palautteesta koski käyttöliittymää, hinnoittelua⁴ sekä toiveita tarjouspyyntöpohjien valikoiman laajentamiseen.
 - Palautteen kautta ymmärrettiin myös että palvelusta tulee löytyä mahdollisuus julkaista tarjouspyyntö anonyymisti.
 - → Palautteen perusteella lisättiin toiminto joka tarjoaa ostaja-asiakkaalle (taloyhtiölle) mahdollisuuden hyväksyä tahot joilta tarjouksia vastaanotetaan
 - Palvelun hinnoittelu ja maksutapa herätti paljon kommentteja. Pilotissa käytettiin pelkästään korttimaksua (pilotti oli käyttäjille maksuton, jolloin palvelussa käytettiin ns virtuaalista luottokorttia, ei käyttäjien omaa luottokorttia) joka toi runsaasti lähinnä negatiivista käyttäjäpalautetta sekä isännöintitoimistoilta että taloyhtiöiltä. Kummallakaan taholla ei ole mahdollisuutta käyttää luottokorttia palvelun maksuun.
 - → Pilotin päätyttyä palveluun lisättiin toiminto, jolla käyttäjä voi tilata palvelun verkkomaksulla tai pdf-laskulla.
 - Taloyhtiöiden tarjouspohjat: Valmiit tarjouspyyntöpohjat toimivat konseptina hyvin. Arvokasta palautetta saatiin erityisesti palveluntarjoajilta.
 - Pohjia tehtiin pilotin käyttöön enemmän kuin oli alun perin suunniteltu, koska palveluntarjoajia kartoitettaessa moni taho halusi varmistaa että tarjouspyyntöpohjat kattaisivat myös heidän firmansa ratkaisut

⁴ Palautetta tuli melko paljon, joskin se on liian yksityiskohtaista läpikäytäväksi tässä raportissa. Palaute liittyi käytettävyyteen, oikeinkirjoitusvirheisiin, tietosuojalausekkeisiin, ehdotuksiin sopivasta palvelun käytön hintatasosta jatkossa jne.

- Tarjouspyynnöissä käytettiin live-palvelun aikana myös useita esimerkkihankkeita, jotta palvelun funktionaalisuus saatiin kaikin puolin testattua. Hankekumppaneitten isännöitsijöitä oli haasteellista ja hidasta saada palvelun aktiivisiksi käyttäjiksi eikä ”aitoja” tarjouspyyntöjä saatu generoitua suunniteltua määrää; tätä korjattiin tuomalla esimerkkitarjouspyyntöjä markkinapaikalle live-pilottivaiheessa. Taloyhtiöt ja palveluntarjoajat ottivat puolestaan palvelun käyttöön aktiivisesti ja ongelmitta.
 - Kaikkia toiminnallisuuksista ei ehditty pilotoida live-pilottivaiheen aikana (maalis-toukokuu 2023). Esimerkiksi hankesopimusten digitaalinen allekirjoitus jäi pilotissa testaamatta
 - Käyttäjien aktiivisuus ja valmius käyttää digipalvelua tarjouspyyntöihin
 - Ylipäänsä voidaan todeta, että aktiivisimmat palautteenantajat ja nopeimmat rekisteröityjät olivat palveluntarjoajia
 - Taloyhtiöt, joilla on aktiivisessa vaiheessa oleva energiatehokkuushanke olivat aktiivisia rekisteröitymään palveluun, mutta epäröivät julkaista tarjouspyyntöjä
 - Isännöitsijöitä oli erittäin hidasta saada muuttamaan totuttuja toimintatapojaan ja rekisteröitymään palvelun käyttäjiksi.
 - Muita tuloksia:
 - Koska yksittäiset isännöitsijät olivat hitaita ottamaan palvelua käyttöön, tehtiin yhteistyötä myös sellaisten tahojen kanssa jota ei alun perin ollut hankkeessa kaavailtu. Näistä mainittakoon Taloyhtiöklubi, jonka taloyhtiöjäsenille pidettiin kaksi webinaaria ja jotka osallistuivat alustan pilotointiin alustan käyttäjinä.
 - Projektin aikana tuli lisäymmärrys muista käyttökohteista mitkä palvelu mahdollistaa. Näistä tärkeimpänä mainittakoon energiayhteisöjen muodostus⁵.

○

Osio 1: Haasteet (Käytännön pilotti)

- Aikataulu oli haastava
 - Pilottia valmisteleva vaihe (palveluntarjoajien kartoittaminen ja pilottiin ilmoittautuminen, tarjouspyyntöpohjiin ennen pilottia annettu runsas palaute erityisesti palveluntarjoajilta) venyi melko pitkäksi suhteutettuna projektin kokonaiskestoon (7kk). Live-pilotin osuus projektin kokonaiskestosta oli n. 2.5 kk.
 - Live-pilotti avattiin maaliskuussa, joka jälkikäteen katsoen oli kiireinen ajankohta taloyhtiökentässä yhtiökokousten takia.
- Isännöintitoimistoissa manageritason ja toteuttava tason toimintamallit eivät aina kohtaa
 - Vaikka manageritasolla löytyisi intressiä osallistua pilottiin, on yksittäisen isännöitsijän toimintatavan muutos hidasta. Tämä aiheutti tilanteen, jossa hankekumppanien isännöitsijät eivät saaneet toivotussa määrin luotua tarjouspyyntöjä.

⁵ Energiayhteisöt nousivat jatkokehityskohteeksi. Energiayhteisöihin liittyvää lämpöpumppuja käyttävien kiinteistöjen spot-hinta palvelua työestetään nyt uudessa hankkeessa yhdessä Capacity.io:n kanssa.

- Energia(parannus)projektin sykli on pitkä
 - Lyhyessä pilotissa tämä korostuu. Jotta yksittäisen isännöitsijän saa pilotin aikaikkunassa käyttämään digitaalista tarjouspyyntöalustaa, tulee kaikkien seuraavien asioiden kohdata: isännöitsijällä on aktiivinen hanke, johon tarvitaan tarjouspyyntöjä; isännöitsijä on innostunut uusista ratkaisuista ja omaa ns digivalmiudet; isännöitsijä on valmis muuttamaan nykytapaansa toimia.

Osio 1: Lessons learned jatkoa varten (Käytännön pilotti)

- Pilotissa laskettiin projektin hankekumppaneitten (2 isännöintitoimistoa) kykyyn saada isännöitsijänsä aktiivisesti käyttämään alustaa ja tätä kautta tuomaan taloyhtiöt mukaan isännöitsijöiden kutsumana. Tämä osoittautui pilotin suurimmaksi haasteeksi. Taloyhtiöitä olisi pitänyt hankkia suoraan pilottikumppaneiksi eikä laskea isännöitsijän aktiivisuuden varaan.
 - **Tulos 1: Taloyhtiö on se taho joka aktivoi myös isännöitsijän eli taloyhtiöiden tulee olla pääasiallinen kontaktitaho palvelun tunnettuutta kasvatettaessa.** Tulee siis löytää kanavat saavuttaa taloyhtiön päättäjä, joka puolestaan (pakko)aktivoi isännöitsijän. Nyt nojaututtiin isännöitsijöihin pääkäyttäjänä, joka ei toiminut halutulla tavalla. Isännöintitoimisto tuo palvelun käyttöön volyymia, mutta motivaatio energiatehokkuuteen ja kustannussäästöön ei ole isännöitsijän päässä vaan taloyhtiön (energiälaskun maksajan) päässä. Sama pätee myös tarjouspyyntöprosessin läpinäkyvyyteen⁶.
 - Pilotissa keskityttiin ostajapuolella pelkästään isännöitsijöihin, painopisteen olisi pitänyt olla taloyhtiöissä tai taloyhtiöaktiiveissa
 - Tätä korjattiin live-pilottivaiheessa tuomalla mukaan Taloyhtiöklubin jäseniä ja pilotin loppuvaiheessa rakentamalla Instagram – ja TikTok -kanavat, joilla pyrittiin tavoittamaan taloyhtiöitä suoraan.
 - **Tulos 2: Yksittäisen isännöitsijän toiminnan muuttaminen on vaikeaa,** koska muutosta tekevä motivoitunut voima on maksava asiakas (taloyhtiö). Kun palvelua tuodaan käyttöön isännöintitoimiston kautta, tulee keskittyä sellaisiin isännöitsijätoimistoihin, joissa isännöintiyritys ohjeistaa isännöitsijöitään käyttämään sitä pääasiallisena kanavana energiatehokkuushankkinnoissa.
- Palveluntarjoajat ovat kiinnostuneita digitaalisesta alustasta ja ovat toimijoina nopeita ottamaan uusia ratkaisuja haltuun. Tulokset:
 - **Tulos 3: Palveluntarjoajia toimintamalli kiinnostaa** ja heidän rekisteröitymisensä on suoraviivaista
 - **Tulos 4: Palveluntarjoajia mietitytti eniten kaupallisen vaiheen kustannusrakenne** palveluntarjoajan näkökulmasta (kaupallisen vaiheen hinnoittelua ei vielä pilotin aikana oltu lyöty lukkoon, mutta tähän olisi pitänyt olla selkeä hinnoittelumalli olemassa jo pilottivaiheessa)

⁶ Läpinäkyvyyden parantamiseen on toki painetta myös isännöinnin päässä alan viime vuosina saaman negatiivisen mediapalautteen/oikeustapausten johdosta. Tämä on johtanut mm isännöinnin eettisten pelisääntöjen julkaisuun kuluneen vuoden aikana.

- **Tulos 5: Palveluntarjoajaverkoston kerääminen markkinapaikalle vaatii paljon pohjatyötä ja hyvät työkalut⁷, mutta on tehtävissä täysin digitaalisesti.** Tämä on tärkeä tulos myös kaupallisen vaiheen kannalta ja viettäessä palvelua Suomen ulkopuolelle.
- Jos pilottivaiheessa toiminnallisuudelta odotetaan paljon.
 - **Tulos 6: Jo pilotissa käyttäjä odottaa kaupallisen vaiheen toiminnallisuutta** (esim. tietoturvakuvaukset jne). Kun selvitetään konseptitason toimivuutta ("koetko tarjouksen haun helpoksi digimarkkinaa hyödyntäen?"), sekoittuu tämä helposti yksittäisten toimintojen analysointiin ("täältä puuttuu minun firmani tuotekategoria", "tietoturvakuvaus on vain englanniksi" jne)

Osio 2: Onnistumiset (Rahoitusratkaisut)

Selvityksessä keskityttiin vihreisiin lainoihin taloyhtiökentässä. Selvityksen perusteella voidaan sanoa, että rahoitusratkaisujen hakeminen digialustaa hyödyntäen kiinnostaa niin palveluntarjoajia, taloyhtiöitä sekä myös pankkeja. Pankeilla tässä korostuu sekä oman varainhankinta (kiinnostus käyttää pankin omaan varainhankintaan vihreitä joukkovelkakirjalainoja) että erityisesti käsittelyn nopeuttaminen (sen analysointi täyttääkö hanke vihreän lainan kriteerit on pullonkaula, joka korostuu pienen kokoluokan hankkeissa). Vihreiden lainojen markkina on vielä varhaisessa vaiheessa ja taksonomiamäärittelyt (=vihreän lainan kriteerit) ovat vielä varsin pankkikohtaisia.

Osion 2 suurimpana onnistumisena voidaan pitää sitä, että se käynnisti uuden Vähähiilinen rakennettu ympäristö -kehitys & pilottihankkeen yhdessä kahden markkinatoimijan kanssa (Danske Bank ja SkenarioLabs)⁸.

Tulos 7: Rahoitusratkaisujen tarjouspyynnöt tulee integroida osaksi energiaprojektien markkinapaikkaa, tämä kiinnostaa kaikkia osapuolia ja on uniikki tulokulma. Vihreät lainat ovat #1 valinta taloyhtiökentässä jatkoa ajatellen.

Osio 2: Haasteet (Rahoitusratkaisut)

Rahoitusratkaisut -osiossa ei ilmennyt toteutuksen suhteen erityisiä haasteita ARA-rahoitusta lukuun ottamatta. ARA-rahoituksen säännöt tekevät sen, että taloyhtiökenttään ei ole mahdollisuutta tuoda kilpailukykyistä palvelurahoituskonseptia. Tästä syystä selvityksessä keskityttiin vihreisiin lainoihin rahoitusratkaisuna taloyhtiökentässä

Tulos 8: Palvelurahoitusta kannattaa markkinapaikan rahoitustuotteena harkita vasta kun tarjouspyyntövalikoimaa laajennetaan taloyhtiökentän ulkopuolelle ja/tai ARA-rahoituksen säännöt muuttuvat.

⁷ Pilotin valmisteluvaiheessa hyödynnettiin SalesHandy-palvelua, joka osoittautui hyväksi ja edulliseksi ohjelmistoratkaisuksi jota voidaan hyödyntää myös kaupallisessa vaiheessa.

⁸ Hanke alkanut 1.6.2023, hankkeessa tullaan pilotoimaan vihreiden lainatarjousten hakua digitaalisen markkinapaikan kautta.

Osio 3: Onnistumiset (Kanavat saavuttaa taloyhtiöt)

Keskusteluja käytiin monien eri tahojen kanssa niin julkisella että yksityisellä puolelta, mukaan lukien sekä etujärjestöt että energiategohokkuuskentässä ohjelmistopalveluja tarjoavat tahot.

Käytyjen keskustelujen pohjalta voidaan todeta, että sellaiset yksityiset toimijat jotka mahdollistavat vuoropuhelun suoraan taloyhtiön päättäjätahojen kanssa ovat digipalvelun kannalta parhaita yhteistyökumppaneita / kanavia.

Näitä ovat mm. seuraavat tahot:

- ”Taloyhtiöaktivismi”-verkostot kuten Taloyhtiöklubi tai yhteistyö erilaisten taloyhtiö-hankkeiden kanssa (esim DeCarbon -hankkeen lähiöprojekti)
- Tahot, joilla intressi saada taloyhtiöt aktivoitumaan ja samalla tuoda omaa yrityskuvaa / tuotetarjoomaa energiakentässä esiin. Tällainen yhteistyö tarvitsee kuitenkin uudenlaisen viestintä/sponsoriyhteistyömuodon⁹.
- Käynnissä olevat energiasektorin kehityshankkeet, joilla taloyhtiö yhtenä kohderyhmänä (esim Kirahubissa käynnissä olevat hankkeet)

Tämä lisäksi tehdyn selvityksen perusteella voidaan todeta:

- Palvelutarjoomaa tulee laajentaa mitä pikimmin taloyhtiökentän ulkopuolelle ottaen mukaan PK-teollisuuden, kaupan ja pientalot. Tämä kasvattaa markkinapaikan hankevirtaa (palveluntarjoajat toivoivat saavansa myös taloyhtiökentän ulkopuolista hankevirtaa) että rahoitettavaa hankekantaa isomman kokoluokan hankkeisin (pankit kiinnostuneita tuomaan vihreitä lainoja myös taloyhtiökentän ulkopuolelle, myös muut rahoitusmuodot kuten palvelurahoitus mahdollistuu).
- Viestinnässä kannattaa tuoda esiin taloyhtiön ja isännöintiyrityksen välisen läpinäkyvyyden parantumista markkinapaikan käytön kautta¹⁰

Tulos 9: On luotava uudenlainen viestintäkonsepti, jolla saadaan suora yhteys taloyhtiöiden päätöksentekijöihin ja omistusasumiskenttään, hyödyntäen niitä tahoja joilla on intressi saada vähähiilisyshankkeita Suomessa eteenpäin¹¹.

Osio 3: Haasteet (Kanavat saavuttaa taloyhtiöt)

Alun perin oletettiin, että kaupungit ja muut julkiset (tai puolijulkiset) toimijat olisivat hyvä viestintäkanava jonka avulla pilottihanketta voisi tuoda esiin. Tämä oletus osoittautui

⁹ Kehitystyö uudenlaisen taloyhtiöt saavuttavan viestintä/sponsorikonseptin eteen on alkanut hankkeen loputtua. Tätä sponsorikonseptiä pyritään käyttämään AEM-palvelun kaupallistamisessa vuoden 2023 aikana saavuttamaan taloyhtiökentän päättäjät/osakkaat.

¹⁰ Isännöintiala on saanut viime vuosina paljon mediakritiikkiä läpinäkyvyyden puutteessa kilpailutuksia tehtäessä. Alalle on vastikään lanseerattu isännöinnin eettiset säännöt.

¹¹ On siis tärkeää lähteä ajoissa rakentamaan Instagram ja TikTok kanavaa palvelulle, jonka kautta viestintäyhteistyötä voi tehdä¹¹. Yksi ajatus on ”kopioida” jo käytettyjä toimivia konsepteja (kuten podcast sponsorit) tai soveltaa niitä uusissa kanavissa joita taloyhtiöiden (nuoret) osakkaat seuraavat (Instagram & TikTok). Nämä kanavat ovat toimineet hyvin uusien markkinapaikkojen / verkkokauppojen lanseerauksissa (tästä esimerkkinä esim Odan verkkokaupan lanseeraus joka nojautui vahvasti vaikuttajamarkkinointiin.

vääräksi: vaikka kiinnostusta yhteistyöhön olisi, ei nykyinen hankeperusteinen toimintamalli tue sitä.

- Julkiset/puolijulkiset tahot
 - Huomattiin että julkisten tahojen kanssa yhteistyö on erittäin haasteellista. Tähän syynä on tiukka politiikka sen suhteen, että tietoa piloteista/kokeiluhankkeista ei voida tuoda esille ellei olemassa ole virallista hanketta¹².
- Edunvalvontatahot¹³, joilla on kanava taloyhtiökenttään tarjoavat ainoastaan kaupallista yhteistyötä.
 - Uusista asioista tai piloteista on haasteellista saada ääntä kuuluviin, ellei ole valmis maksamaan merkittäviä summia. Tämä on haasteellista kasvuyhtiölle tai pilottihankkeelle.

Tulos 10: Jos julkisten tahojen kautta pyritään yhteistyöhön (pilotti)hankkeen suhteen, onnistuu se vain virallisen hankkeen kautta.

Tulos 11: Edunvalvontatahojen¹⁴ tapahtumat ovat hyvä kanava saavuttaa taloyhtiöt / isännöitsijät, mutta nämä vaativat merkittävän taloudellisen panostuksen ja ovat puhtaasti kaupallisia kanavia.

Hankkeen vaikuttavuus / vaikutukset

Hankkeen positiivinen ja negatiivinen vaikuttavuus rakennetun ympäristön vähähiilisyyteen: Vähähiilisyys toteutuu kun joko olemassaolevaa ratkaisua saadaan parannettua tai investoitua uuteen. Hankkeen aikana (live-pilotti kesti runsaan 2 kk) ei vielä ehditty saada toteutettua varsinaisia uusia hankkeita, mutta voidaan arvioida että pilotin positiivinen vaikutus syntyy viestinnän ja alustan kokeilun kautta. Taloyhtiökentässä projekti- ja päätössiikli on pitkä.

Halu tehdä energiaparannushankkeita ja saavuttaa säästöjä taloyhtiöissä on todellinen. Taloyhtiöt on kuitenkin viestinnällisesti saavutettava suoraan, koska isännöitsijän motivaatio kustannussäästön ja tarjousprosessin läpinäkyvyyden suhteen ei ole yhtä vahva kuin taloyhtiöllä.

Hankkeessa pilotoitu palvelu tullaan tuomaan lähiaikoina kaupalliseen käyttöön, jolloin aletaan saada myös pitkän ajan vaikutuksia.

Viestinnän toteutuminen ja tulokset

Viestinnän sisältö, kohderyhmät, käytetyt kanavat

¹² Tämä nähdään yksityisen tahon promoamisena, vaikka kyseessä olisi kehitys/pilottihanke.

¹³ Isännöintiliitto, Kiinteistöliitto

¹⁴ Kiinteistöliitto, Isännöintiliitto

Koska kyseessä on digitaalinen markkinapaikka, viestinnässä keskityttiin erityisesti digiviestintään. Tämän lisäksi pyrittiin kehittämään omaa osaamista osallistumalla digiviestinnän koulutukseen siinä määrin kuin mahdollista¹⁵.

Alla yhteenvetona eri kanavat, joissa hankkeesta on viestitty:

Live-palvelu löytyy osoitteesta www.actionenergymarket24.com, samoin käyttäjäpalautteen HotJar -palautekanava löytyy palvelun sivuilta

- Palvelun sivuilla on ollut paljon kävijöitä (toukokuun 2023 lopussa 29978 kappaletta uniikkia kävijää vuonna 2023, palvelu aukesi maaliskuun alussa 2023)
- Sisältö: Itse tarjouspyyntöpalvelu, lähes 30 tarjouspyyntöpohjaa taloyhtiöiden käyttöön
- Määrä: N 150 palveluntarjoajaa ilmoittautui pilottiin, n. 100 käyttäjää rekisteröitynyt maaliskuu-toukokuu välillä.
- Kohderyhmät: Taloyhtiöt, isännöitsijät, palveluntarjoajat

Newsletter -lista

- Sisältö: Päivitykset projektista
- Määrä: Newsletter -sähköpostilistalla on nyt n. 250 tilaajaa. Newsletterin kautta tehty viestintä on vasta alussa, nyt lähinnä pilotin tulosten viestintää.
- Kohderyhmät: Taloyhtiöt, isännöitsijät, palveluntarjoajat, energiayhtiöt, muut energia-asioista kiinnostuneet tahot

Sähköpostilista

- Sisältö: SalesHandy -palvelua hyödyntäen kerättiin palveluntarjoajaverkosto live-palveluun. Tähän käytettiin LinkedIn premumia, käytiin läpi yritysten verkkosivustoja jne.
- Määrä: listoilla n 2500 tahoja, useampi eri sähköpostilista eri kohderyhmille
- Kohderyhmät: Palveluntarjoajat, energiayhtiöt, kaupunkien energianeuvonta

Tapahtumat, messut, KiraHubin ja muiden verkostojen tilaisuudet

- Hankkeessa hyödynnettiin aktiivisesti hyödyksi esiintymisiä Kirahub-tapahtumissa ja muissa tilaisuuksissa, tavoitteena hankkeen esittely ja näkyvyys
- Sisältö: Pilotista kertominen, mahdollisten Suomen ulkopuolisten uusien pilottiprojektien kartoitus
- Määrä: KiraHubin tilaisuudet kahdesti (webinaarit), Taloyhtiöpäivät (yhteistyökumppanien kartoitus), Cleantech tapahtuma Ruotsissa lokakuussa 2022 (hankkeen esittely), W4RES -verkoston sponsoroimana

¹⁵ FCompany digimarkkinoinnin seminaari, CreatorU:n Instagram koulutus etc.

esitykset Sloveniassa ja Italiassa keväällä 2023 (energiayhteisöpalvelujen kehitys).

- Kohderyhmät: Taloyhtiöt, isännöitsijät, palveluntarjoajat, energiayhtiöt, muut energia-asioista kiinnostuneet tahot

Taloyhtiöklubi

- Suora viestintä: Taloyhtiöklubin webinaarit
- Sisältö: AEM-palvelun demoaminen Taloyhtiöklubin jäsenille webinaarin kautta
- Määrä: kaksi webinaaria keväällä 2023, jossa demottiin alustaa sekä vastattiin rekisteröityneitten käyttäjien kysymyksiin
- Kohderyhmät: Taloyhtiöt

LinkedIn: @actionenergymarket, @actionenergyfinance

- Sisältö: KiraHub -päivitysten ja videoiden jakaminen, joissa kerrotaan Action Energy Marketista
- Määrä: Useita postauksia kevään 2023 aikana
- Kohderyhmät: Energiasektoria sekä kasvuyhtiöitä seuraavat tahot

Instagram @actionenergymarket:

- Sisältö: Yleinen energiatehokkuusinfo, taloyhtiökentän päättäjien saavuttaminen
- Määrä: IG postaus aloitettu vasta loppukevästä, tavoitteena tehdä 3-5 reelsiä viikossa
- Kohderyhmät: Taloyhtiöt, isännöitsijät, energia-asioita IG:ssa seuraavat tahot, palveluntarjoajat, yhteistyökumppanit

TikTok @actionenergymarket:

- Sisältö: Yleinen energiatehokkuusinfo, omistaja-asujien saavuttaminen
- Määrä: TikTok postaus aloitettu vasta loppukevästä, tavoitteena tehdä 3-5 videota viikossa, sama sisältö kuin IG:ssä
- Kohderyhmät: Sekalainen, ei tietoa

Arvio viestinnän onnistumisesta, viestintäsuunnitelman onnistumisesta

Hankkeen pituuden ollessa vain 7kk, on tämä lyhyt aika merkittäviin saavutuksiin viestinnässä. Viestintäkanavat saatiin kuitenkin hyvään alkuun ja saavutettiin konkreettisia tuloksia sekä vuoropuhelua kohderyhmän kanssa.

- Hyvää:
 - Palveluntarjoajat saavutettiin paremmin kuin ajateltiin. Todennettiin että palveluverkoston kokoaminen on tehtävissä käyttäen digityökaluja.
 - Paljon palautetta ja yleistä kiinnostusta niin taloyhtiöiltä että palveluntarjoajilta
 - Ulkomailta kiinnostusta hanketta kohtaan

- Newsletter kontaktipohja rakennettu ja todettu toimivaksi
- Kirahubin tilaisuuksien kautta saadut hankekontaktit, jotka ovat johtaneet konkreettisiin yhteistyöhankkeisiin
- Parannettavaa:
 - Taloyhtiö on loppuasiakas joka tulee saavuttaa suoraan. Tähän olisi pitänyt keskittyä jo hankkeen alkumetreiltä lähtien. Hankkeen loppuvaiheessa aloitettiin aktiivinen viestintä @actionenergymarket Instagram- ja TikTok-kanavilla, jossa tavoitteena on luoda suora yhteys taloyhtiöasiakkaaseen.
 - Isännöintiyrityksistä tulee tunnistaa ne tahot, jotka ovat isännöitsijä-yrityksiksi ja valmiita uusiin toimintamalleihin
 - On kehitettävä palvelulle viestintäkonsepti, joka tavoittaa suoraan taloyhtiöitä. Tämä viestintä on tehtävä esim. vaikuttajayhteistyön kautta.

Tulosten kestävyys ja hyödyntäminen

Arvio tulosten kestävydestä ja konkreettisuudesta ja siihen liittyvistä riskeistä

Energiamuutos koostuu suurelta osalta pienistä projekteista, jotka kohdistuvat olemassa olevaan rakennuskantaan. Taloyhtiöt ovat tässä kentässä tärkeässä roolissa. Erityisesti lämmitykseen liittyvät selvitykset ja korjausinvestoinnit ovat keskeisessä roolissa; energiaprojektien ostaminen koetaan taloyhtiöissä kuitenkin haasteelliseksi. Moni selvitys ja projekti jää toteuttamatta, koska hankintaprosessi koetaan hankalaksi ja työlääksi. Taloyhtiöt ovat harvoin eksperttejä energia-asioissa ja/tai niihin liittyvissä rahoitus/tukimuodoissa, mutta ovat päätöksentekijöitä hankkeiden toteuttamisessa. Päätöksenteko hankaloituu, jos koetaan että toteutusprosessia tai vaihtoehtoja ei ymmärretä riittävässä määrin. Hankkeiden selvitystyöhön tarvitaan usein asiantuntija-apua, jonka löytäminen ja sopivan kokemuksen omaamisen selvittäminen on haasteellista.

Energiaparannushankkeet edellyttävät yhteistyötä taloyhtiön ja isännöintiyrityksen välillä; tarvitaan niin energian kulutustietoja kuin muutakin taloyhtiöön liittyvää dataa. Tässä hankkeessa pilotoitiin digitaalista energiaprojektien tarjouspyyntömarkkinapaikkaa, joka todettiin potentiaalisesti tavaksi saada vauhtia energiaremontteihin taloyhtiöissä.

Digitaalisen markkinapaikan, joka tuo energiaprojektien ostajat ja palveluntarjoajat yhteen, toimintamallin riski liittyy lähinnä kaupalliseen onnistumiseen.

Ehdotukset hankkeen tulosten hyödyntämiseksi

Digimarkkinapaikka on päätetty tuoda nyt pilotin loputtua kaupalliseen käyttöön. Pilotin kautta opittiin että viestinnässä tulee keskittyä suoran kanavan rakentamiseen taloyhtiökenttään eikä tukeutua yksinomaan isännöintikentän aktiivisuuteen.

Markkinapaikan tarjoomaa tulee laajentaa pientalojen, pk- teollisuuden ja kaupan käyttöön varsin pian. Monet palveluntarjoajat palvelevat näitä kaikkia tahoja. Mitä enemmän markkinapaikalla on hankkeita, sitä houkuttelevampi siitä tulee kaikille osapuolille; tämä on toki myös liiketoiminnan kestävyuden kannalta tärkeä aspekti.

Markkinapaikan palveluksi tulee tuoda myös hankerahoituksen tarjoukset. Rahoitus on selkeä ja uniikki kilpailuetu, ja on markkinalla nyt pulmallinen kohta monelle ostajalle.

EU:n energiatehokkuusdirektiivi tulee todennäköisimmin ajamaan alan kasvua lähivuosina; tämä tarkoittaa kasvavia projektivolyymeja joiden hallinnoimiseen digimarkkinapaikka tuo selkeän kilpailuedun.

Suosituksia tulevia hankkeita ja ohjelmia varten

- Esiin nousseet jatkohankkeita koskevat ideat ja tarpeet
 - Siltarahoituksen tärkeys: Startupille rakenne jossa tilitys on vasta hankkeen lopussa on haaste. Tämä pakottaa pitämään hankkeen keston toivottua lyhyempänä, kun siltarahoitusta ei ole¹⁶.
 - Voisiko julkisten tahojen kanssa spontaania yhteistyötä helpottaa jotenkin? Monet vähähiilisen rakennetun ympäristön hankeprojekteista hyötyisivät siitä, jos julkisilla tahoilla olisi kannustin tai lupa (ilman virallista hanketta) tuoda hankkeita esiin. Käytännössä julkiset tahot eivät voi ilman olemassa olevaa hankekumppanuttua tuoda pilotteja tai tuloksia esiin omista kanavissaan, koska muuten tämä nähdään jonkin yksityisen yrityksen suosimisena (vaikka kyse olisi vain pilotin esilletuomisesta)
 - "Hankehumpasta" pitkäkestoihin ratkaisuihin: Yrityspohjaiset kehityshankkeen ovat tärkeitä, koska ne tuovat hankkeisiin onnistuessaan pysyvyyttä ja kaupalliseen toimintaan tähtääviä ratkaisuja. Energiasektorilla on viime vuosina ollut käynnissä iso määrä kehityshankkeita, joissa kehitetyt ratkaisut jäävät "kodittomiksi" hankkeen loputtua. Voisi miettiä miten yritysten osallistumista voisi kannustaa, sillä tämä voisi johtaa yhä useamman hankkeen kohdalla pitkäjänteiseen ratkaisuun.
- Kirahub teki hyvää työtä niin tuodessaan eri tahoja yhteen että järjestäessään tapahtumia ja teettäessään videoita. Lisää tätä!
- Hankekortti tulisi olla myös englanniksi tarjolla, jotta sitä voisi hyödyntää. Eli nyt emme ulkomaisten tahojen halutessa saada tietoa hankkeestamme voineet toimittaa linkkiä, josta hankkeesta olisi voinut lukea englanniksi.

Yhteenveto hankkeen päätuloksista

Kaikilla kolmella hankkeen osa-alueella saavutettiin tuloksia (näitä listattu 11 kpl), päätulokset on koottu alle:

- Tulos 1: Taloyhtiö on se taho, joka aktivoi myös isännöitsijän eli taloyhtiöiden tulee olla pääasiallinen kontaktitaho palvelun tunnettuutta kasvatettaessa.

¹⁶ BF:n hankkeissa on usein siltarahoitus i.e. osa myönnetystä rahoituksesta maksetaan hankkeen alussa.

- Tulos 3: Palveluntarjoajia digitaalinen markkinapaikka kiinnostaa ja monet tahot osoittivat aktiivisuutta palvelun kehittämiseen. Tätä kannattaa hyödyntää jatkossa.
- Tulos 7: Rahoitusratkaisujen tarjouspyynnöt tulee integroida osaksi energiaprojektien markkinapaikkaa, tämä kiinnostaa kaikkia osapuolia. Taloyhtiökentässä primääriratkaisu nykymarkkinassa on vihreät lainat.
- Tulos 9: On luotava viestintäkonsepti, jolla saadaan viestittyä suoraan taloyhtiöille, hyödyntäen niitä tahoja joilla intressi saada vähähiilisyys Hankkeita Suomessa eteenpäin.

Summary of the project results

In all three areas, 11 results were achieved that can be utilized. The main results have been summarized below as “lessons learned”:

- Lessons learned 1: Housing companies should be the primary contact point, that also acts as an activating agent towards the property manager. Now property managers had too little incentive to try new things, as the benefit is mainly on the housing company side and forces transparency on the property manager.
- Lessons learned 3: Service providers are easy to be motivated and are interested in the digital marketplace for energy project bidding.
- Lessons learned 7: Financing solutions should be integrated as part of the energy project marketplace. This is a unique angle and a functionality that all market participants were interested in.
- Lessons learned 9: Digital energy project marketplace needs a communication channel / sponsorship concept that reaches directly the decision makers in housing companies. One co-operation possibility is engage those companies / organizations in co-operation with the marketplace that have an interest in getting low-carbon projects forward in Finland.