

I Bogense er kampagnen skudt i gang

Bogense Forsyningsselskab er blandt de første, der har fået kampagnebanneret hængt op. FJERNVARMEN vil meget gerne høre om andre initiativer rundt omkring i landet.



KAMPAGNE

Af journalist Lone Völcker,
Dansk Fjernvarme

I Bogense er der ikke længere nogen, der er i tvivl om, at der noget, der hedder fjernvarme. Ved indfartsvejen til byen har Bogense Forsyningsselskab nemlig hængt kampagnens store banner op, så alle kan se, at "fjernvarme er, når god energi er inde i varmen".

- Vi har den holdning, at hvis kampagnen skal skydes i gang og have en effekt, så er der mange, der skal gøre noget på én gang. Så jeg håber, at der rundt omkring er flere, der gør noget, siger driftsleder Peter Lind.

Synligheden er vigtig

Bestyrelsen har drøftet kampagnen, og her er der enighed om, at der er brug for en indsats, der kan gøre fjernvarmen mere synlig.

- Kendskabet til fjernvarme har betydning for en række områder. Når politikerne nu taler om at ændre på områdeafgrænsningen, er det da vigtigt, at folk ved, hvad fjernvarme står for, og hvor fleksibelt det er i forhold til at anvende mange forskellige brændsler. Der er efterhånden en del, der interesserer sig for miljøet, men jeg tror ikke, der er ret mange her i byen, der ved, at vi producerer halvdelen af varmen på CO₂-neutrale brændsler. Det vil vi gerne fortælle om, og det får jeg en gang imellem lejlighed til, når folk i Brugsen spørger, hvad det er for noget med det banner, vi har hængt op.

Også i forhold til energibesparelser, mener Peter Lind, at fjernvarmen kan have gavn af at være mere synlig.



Kampagnebanneret hænger ved indkørslen til Bogense. På redaktionen er vi nysgerrige efter at vide, hvad der ellers sker rundt omkring i landet. Så har I hængt bannere op, indrykket avisannoncer eller noget helt andet, hører vi meget gerne om det. Foto: Peter Lind.

- Vi giver forbrugerne et beløb for de besparelser, de udfører, og der er interesse for det. Men der skal realiseres rigtigt mange besparelser i de kommende år, samtidig med, at det bliver sværere at finde dem. - Så det er vist godt nok, at vi er lidt kendt, så det er fjernvarmeværket, forbrugerne henvender sig til.

Stor interesse for afkøling

Bogense Forsyningsselskab har muligvis allerede mærket en effekt af, at de har gjort noget.

- Kort tid efter at banneret blev hængt op, sendte vi brev ud til de forbrugere, der har en dårlig afkøling, og efter en uge havde vi allerede lavet 80 aftaler om et besøg, hvor vi ser på det. Det er mere end en tredjedel af forbrugerne med dårlig afkøling, der

har reageret, og det er vi altså ikke vant til, siger Peter Lind, der havde ventet at få 10-15 henvendelser.

Om det har noget med banneret at gøre, kan ingen selvfølgelig vide. Men hos Bogense Forsyningsselskab har de ikke oplevet så stor interesse før, og Peter Lind glæder sig over den.

- Hvis folk føler sig som en del af fjernvarmen, vil de måske være mere indstillede på at gøre noget for eksempelvis at optimere deres anlæg, og det vil være til gavn for alle forbrugere, siger Peter Lind, der mener, de 1.300 kr. til banneret er givet godt ud, hvis man sammenligner med, hvad det eksempelvis koster at få en annonce i avisen.

lv@danskjernvarme.dk