

Fjernvarmekunder i centrum

Den negative udvikling i bulgarsk fjernvarme er blevet vendt



Af Steen Stenstrup, Institut for Miljøenergi, Frank Ellegaard, Ellegaard Energy og Fl. Hammer, COWI / Ingeniørhøjskolen i Århus

I mange år tog fjernvarmeselskaberne i Bulgarien deres "forbrugere" for givne. I dag bliver de behandlet som "kunder" og betragtet som et væsentligt aktiv. En positiv udvikling er blevet sat i gang. Dette er resultatet af et projekt, som Institut for Miljøenergi i Herning med støtte fra Miljøstyrelsen gennemførte for seks fjernvarmeselskaber samt det bulgarske energiministerium i sommeren 2002. Det omfattede tre kursusforløb i Sofia samt et besøg i Danmark. Dette blads læsere kunne læse herom i efteråret 2002.

På grundlag af erfaringer fra bl.a. danske fjernvarmeværker, DFF og FIF blev det på kurserne gennemgået, hvordan markedsføring og målrettet information kan føre til betydelige energibesparelser. Dette blev underbygget med mange eksempler på projekter og kampagner gennemført i danske og i østeuropæiske fjernvarmeselskaber.

I oktober sidste år blev projektet afsluttet med en konference for de samme seks selskaber samt yderligere tre selskaber. Det var tilfredse deltagere, der her kunne fortælle, hvordan service og information er blevet en vigtig del af deres hverdag. Det har betydet, at mange kunder, der tidligere valgte at frakoble sig fjernvarmen på grund af util-

fredshed og mistillid, nu igen bliver tilsuttet i sti-gende grad. Og der er allerede opnået energibesparelser i denne vinter sammenlignet med den forrige. Flere værker rapporterede om besparelser hos kunderne på ca. 10%, (idet der er korrigeret for temperaturforskelle i de to varmesæsoner). Desuden er antallet af klagesager gået ned. Hertil kommer, at de seks selskaber har fået et godt indbyrdes netværk, som er en god støtte i dagligdagen, og som betyder, at de nu kan udveksle idéer og erfaringer med ligesindede. Måske er det begyndelsen til en fjernvarmeforening.

Baggrunden for denne udvikling er, at der over de seneste to år er blevet indført nye tariffer, opsat målere og installeret reguleringssudstyr i stort set alle lejligheder i Bulgarien.

Selskabernes informationskampagner hen over vinteren 02/03 har derfor ikke mindst drejet sig om at forklare den rette brug af de nye muligheder, og at disse faktisk giver kunderne mulighed for at vælge net-op den varmekomfort, de selv ønsker. Informationen er givet gennem nye rådgivningscentre i de enkelte byer, gennem informationskampagner og gennem nyhedsmedierne, som værkerne efter kurserne er blevet meget mere åbne overfor. Alt dette har resulteret i en bedre informationsstrøm til borgerne.

Netop udvikling af kontakten til

pressen var et af de væsentlige emner på kurserne, og det er der kommet megen nytænkning ud af. Eksempel-vis arrangerede fjernvarmeselskabet i Sofia et informationsmøde på redaktionen på en af Bulgariens største aviser, hvor borgerne kunne henvende sig med deres kommentarer og spørgsmål om fjernvarme. Mødet blev siden refereret i avisen, og de mange emner, som blev vendt, kom på denne måde ud til en meget stor kreds af kunder. Tilsvarende blev der holdt et møde på en redaktion af et blad, som henvender sig specielt til pensionister.

Et væsentligt emne på kurserne var håndtering af den mindst lige så vigtige interne information til selskabernes egne medarbejdere, som jo er dem, der møder kunderne i hverdagen.

Ved afslutningen på konferencen var der bred tilslutning til, at kurserne havde givet selskaberne nogle væsentlige værktøjer til at styre udviklingen ind i en mere positiv retning til gavn for kunderne og selskaberne og dermed også for det bulgarske samfund som helhed. Det blev fra ministeriet understreget, at det nu drejer sig om at fastholde denne udvikling ved at fortsætte og videreudvikle service- og informations-niveaet.