

Fjernkøling står ved en skillevej

Der skal konkrete projekter på bordet, hvis fjernkøling skal blive til noget i Danmark. Sådan lød budskabet ved Dansk Fjernvarmes seminar fra en potentiel storkunde.



FJERNKØLING

Af journalist Flemming Rasmussen,
Dansk Fjernvarme

- Stop snakken og kom i gang med at lave nogle konkrete tilbud, vi kan forholde os til. Ellers bliver fjernkøling ikke til andet end en akademisk diskussion.

Så kontant lød dommen fra en potentiel storkunde af fjernkøling, Finn Chabert fra selskabet Steen & Strøm Danmark A/S, da Dansk Fjernvarme var vært for et to-dages seminar om Fjernkøling.

Steen & Strøm er en stor, norskejet kæde af storcentre, der i Norden ejer over 50 storcentre, i Danmark blandt andet Fields i Ørestaden, City2 i Høje Taastrup, Bruuns Galleri i Århus, Kolding Storcenter og et kommende storcenter i Vejle.

Eftersom storcentre udgør nogle af de mest oplagte mål for fjernkølingsprojekter, er det med andre ord netop et firma som Steen og Strøm, der skal overbevises om, at fjernkøling er en god idé. Og Finn Chabert lagde ikke skjul på, at der i realiteten kun er et argument, der overbeviser et firma som hans: Kroner og ører.

Storcentrene får dog også den fordel ved fjernkøling, at de fritages for bøvvl med systemet og den løbende service. De får to rør, der giver dem køling i lokalerne, og så behøver de ikke tænke mere over det. Sådan vil de også meget gerne have det, men prisen skal være i orden. Hvis en løsning med fjernkøling på bundlinjen kan konkurrere med et traditionelt projekt, så er det en reel mulighed. At



Deltagerne ved Dansk Fjernvarmes seminar om fjernkøling fik blandt andet mulighed for at nærstudere et fjernkølingsanlæg, der leverer køling til forskerparken SCION DTU i Hørsholm. Foto: Flemming Rasmussen.

der er et miljømæssigt argument for fjernkøling er i denne sammenhæng mindre vigtigt for køberen.

Konklusionen fra Finn Chabert er altså, at den danske ambition om fjernkøling står ved en skillevej. Skal det blive til noget, eller skal det ikke. Og er ambitionen stadig den første af de to muligheder, så er det nu.

- Det undrer mig, at man stadigvæk sidder her og regner på det og produktudvikler uden at komme frem til noget. Få skabt et produkt, som vi kan tage stilling til, det kan ikke være os, der skal trække læsset med at få produktet udviklet. I har et marked, vi

er klar, og vi venter bare på jer, sagde Finn Chabert til de godt 50 tilhørere ved seminaret.

På besøg i virkeligheden

Dansk Fjernvarmes seminar om fjernkøling startede dagen før, Finn Chabert kom med sine kontante meldinger, med et forsøg på at få overblik over nogle af de fundamentale spørgsmål omkring fjernkøling: Hvad er det, hvad skal det bruges til, hvad siger reglerne om fjernkøling, og hvordan ser det egentlig ud i virkeligheden?

Og seminaret startede netop med en lille udflugt ud til et fjernkølingsprojekt i den virkelige verden.

En kort bustur fra Hotel Marina i Vedbæk, hvor seminaret blev holdt, ligger Rungsted og forskerparken SCION DTU. Her har firmaet Chr. Hansen et fjernkølingsanlæg, drevet af affaldsvarme fra Nordforbrænding.

Jan Olsen fra Nordforbrænding viste rundt og fortalte om køleprojektet, der leverer køling til de mange bygninger i forskerparken, der også rummer en hel del serverrum, der kræver køling.

Besøget hos SCION DTU gav deltagerne mulighed for at se et anlæg i praksis, men først og fremmest gav det anledning til en masse værdifuld erfaringsudveksling omkring praktiske løsninger og fjernkøling som konkret virkelighed.

Lars Toft Hansen fra firmaet Houe og Olsen var også til stede og tog sig af de spørgsmål, der gik på specifikke, tekniske detaljer. Og på seminarets anden dag holdt han et indlæg, der var dedikeret til en gennemgang af den teknik, der gør det muligt at omdanne varme til kulde. Et indlæg, der var et naturligt supplement til Magnus Foged fra Københavns Energi, der startede seminarets anden dag med en generel introduktion til fjernvarme som koncept og produkt. Ud over det rent tekniske og praktiske er der dog også en lovmæssig side af sagen. Det holdt Per Hemmer fra advokatfirmaet Bech Bruun et indlæg om. Og sammen med Rania Kassis er han også manden bag artiklen på side 24 om samme emne.

Den svenske model

Når nu fjernkølingen ikke for alvor har vundet indpas på dansk grund, ville næste naturlige skridt være at se på, hvor fjernkøling så fungerer i praksis uden for landets grænser.

Derfor var Pär Dalin fra det svenske selskab, Capital Cooling, inviteret for at fortælle om, hvad der har gjort fjernkøling til en udbredt succes i Sverige, ikke mindst i Stockholm.

Fjernkøling begyndte som projekt i Stockholm i 1995 og er i dag ret udbredt, både centralt i byen og lokalt i flere andre bydele. I Stockholm City, altså indre by, er der 188 MW produk-



- Det undrer mig, at man stadig sidder her og produktudvikler uden at komme frem til noget. Få nu skabt et produkt, vi kan tage stilling til. Sådan lød den klare opfordring fra Finn Chabert fra firmaet Steen & Strøm. Selskabet ejer mere end 50 storcentre i Norden og er derfor en potentiel storkunde af fjernkøling. Foto: Flemming Rasmussen.

tionskapacitet til køling. I alt er der over 76 kilometer rør til fjernkøling og over 500 kunder i Stockholm.

Pär Dalin fremlagde seks faktorer, der havde gjort sig gældende i det, han kaldte for "succeshistorien Stockholm". Faktorer, som han mente, man kunne lære af i arbejdet med at etablere fjernkøling på dansk grund:

- Klart budskab. At man klart melder ud til offentligheden, hvad målet og missionen med projektet er. Det gælder om at være meget offensiv på alle planer og informere myndigheder, potentielle kunder og hele markedet om, hvad man vil.

- Organisation. En gruppe mennesker skal være dedikeret 100 procent til at etablere fjernkøling. Skal agere som en rullende minivirksomhed med kun et formål – fjernkøling.

- Markedsstruktur. Fokuser på en lille gruppe store kunder. Disse er senere et godt talerør over for nye mindre kunder. Mindre virksomheder skeler tit til, hvad store gør.

- Efterspørgsel. Der skal i sagens natur være et potentielt marked, der efterspørger løsninger. Det var der i Stockholm.

- Infrastruktur. Udnyt så vidt muligt de muligheder, der ligger i den eksisterende infrastruktur. Her var Stockholm heldig med at have en god infrastruktur med henblik på at

etablere køling.

- Kultur. Det er vigtigt at understrege fjernkølings ligheder med fjernvarme. - Mange steder har fjernvarmen et super godt ry. Folk stoler på det. Derfor var det meget vigtigt for os at understrege koblingen til og ligheden med fjernvarme, når vi skulle sælge varen, pointerede Pär Dalin.

Pär Dalin havde også et par konkrete tips til den fremgangsmåde, som han mener, danskerne bør bruge.

- Først og fremmest handler det om at identificere sine kunder og finde ud af, hvad deres alternativer er. Prisen på køling er ganske enkelt lig med prisen på deres alternative løsning. Så skal man designe et unikt koncept til den enkelte kunde og minimere den nødvendige service for kunden. Derudover er det værd at fokusere på, at fjernkøling kan styrke kundens miljøprofil, konstaterede han.

Pilotprojekt i Viborg

Et af de steder i Danmark, hvor fjernkøling er godt på vej til at blive til virkelighed, er Viborg.

Christian Hagelskjær fra Viborg Kraftvarme A/S fortalte ved seminaret om et pilotprojekt i byens gamle kaserneområde. Et areal på 55.000 m², der i dag er udlagt til service- og erhvervsområde med et potentielt

(Fortsættes næste side)

(Fortsat fra forrige side)

kølebehov til komfort på 490 MWh/år og til edb-køling på 60 MWh/år.

Viborg Kraftvarme har allerede inden projektet gjort sig en række grundige overvejelser af blandt andet teknisk, juridisk og praktisk art, om det overhovedet var en opgave for dem som kraftvarmeselskab at begive sig ud i et fjernkølingsprojekt. Konklusionen blev, at fjernkøling kunne betragtes som et nyt, spændende forretningsområde, der er beslægtet med det, værket allerede i dag laver.

- Produktet er nyt, men kunderne kender vi allerede. Vi øger afsætningen af varme om sommeren og vi bruger eksisterende ressourcer i form af varmeproduktionsanlægget, personalet og de administrative systemer.

- Og desuden har vi noget såkaldt teknisk vand til rådighed, som kunne udnyttes her, forklarer Christian Hagelskjær.

Status i projektet er, at Viborg Kraftvarme pt. i henhold til kommunalfuldmagten søger om tilladelse til at gen-

nemføre projektet.

- Hvis tilladelsen kommer i hus, forventer vi at gennemføre projektet – dog under forudsætning af, at vi er konkurrencedygtige med individuelle anlæg. Vores formål med at gå ind i et sådant projekt er, at vi kan tilbyde vores kunder komfort hele året, konkluderer Christian Hagelskjær.

Der regnes på fremtiden

I sit indlæg præsenterede Finn Chabert fra Steen & Strøm nogle beregnings-eksempler, der viste, at økonomien skal være effektiv i fjernkølingsprojekterne, hvis de skal konkurrere. Og han citerede en rapport fra Energistyrelsen fra 2001, der fastslår, at "de varmedrevne løsninger kun er relevante, hvis de sluttet på et fjernvarmesystem stort set uden omkostninger. Desuden skal prisen for fjernvarmen være meget begrænset, og anlægspriserne for kølemaskinerne søges begrænset".

Hvis rapporten bruges som udgangspunkt, skal varmen groft skitseret stort set være gratis, altså ren over-

skudsvarme. Og sektoren skal være parat til at satse nogle kroner på at etablere anlæggene.

Morten Skov fra Københavns Energi holdt også et indlæg, der handlede om de komplicerede økonomiske forhold, der gør sig gældende. Han pegede desuden på en række besparelser ved fjernkøling, der vanskeligt lader sig beregne. Det drejer sig eksempelvis om pladsbesparelser og miljøforhold, samtidig med at kunden slipper for at tage stilling til service, driftspersonale, håndtering af kemikalier og forsyningssikkerhed. Endelig giver fjernkøling kunden helt frie arkitektoniske muligheder, og der er ingen støj fra anlægget.

Under alle omstændigheder er en af de konklusioner, der kan drages af Dansk Fjernvarmes seminar, altså, at økonomien i de enkelte projekter bliver afgørende. Og det bliver der med garanti regnet videre på rundt omkring i landet.

fr@danskfjernvarme.dk