

Verden skal kende dansk fjernvarmeteknologi

DBDH rejser verden rundt for at skabe medvind for dansk fjernvarmeteknologi. Det er der både penge, jobs og inspiration til hjemmemarkedet i. Det mener direktør, Jes Christensen.



FREMSTØD

Af journalist Flemming Linnebjerg Rasmussen, Dansk Fjernvarme

DBDH tilstræber at holde et vågent øje med det meste af kloden, så et uudnyttet potentiale for dansk fjernvarmeteknologi ikke kommer til at ligge stille hen. Arbejdet med at promovere danske fjernvarmeløsninger over hele jorden kræver imidlertid gode samarbejdspartnere.

- Vi har et rigtig godt samarbejde med Danmarks Eksportråd under Udenrigsministeriet, og det er meget vigtigt for os. De er gode til at holde øje med mulighederne i de forskellige lande i takt med, at de politiske forhold og markedskræfterne forandrer sig rundt omkring, fortæller DBDH's direktør, Jes Christensen.

- Derudover har DBDH samarbejdsaftaler med fjernvarmeforeninger i mange lande, som hjælper os med information. Endelig er en del af vores medlemsvirksomheder jo etablerede med fabrikker og kontorer i mange lande kloden over, og de kan selvfølgelig også hjælpe med indsigt.

Jes Christensen tilføjer, at det også er en naturlig og nødvendig opgave at undervise de danske samarbejdspartnere på handelskontorer og ambassader i fjernvarme og kraftvarme, så de er opmærksomme på de eksportmæssige perspektiver, der ligger i disse teknologier.

Det er undtagelsen, at en konference eller en messe er anledningen til et besøg fra en dansk delegation, oftest skaber DBDH selv fremstødet i sam-



DBDH rejser ofte sammen med danske virksomheder på fremstød for fjernvarmen over hele verden. Her har den danske delegation afholdt møde på ambassaden i Washington DC. Foto: Flemming L. Rasmussen.

arbejde med en lokal partner såsom ambassaden, et handelskontor eller en fjernvarmeforening. Den lokale partner står så for det praktiske arrangement og for at invitere målgruppen, som kan være den lokale fjernvarmeforenings medlemmer, by- og regionalråd, entreprenører, designinstitutter osv.

Hvis der er tale om et nyt marked, som eksempelvis USA, er det vigtigt at møde myndigheder, politikere, organisationer, eksperter og andre med indsigt i rammevilkår, politik og øvrige aspekter af landets energisektor.

De danske resultater

Budskabet ved et dansk fjernvarmefremstød er de resultater, Danmark har opnået i form af energieffektivitet og energibesparelser ved at anvende fjernvarme og kraftvarme. Det er fortællingen om, hvad vi har opnået herhjemme, hvordan vi har gjort det, og hvordan vi hver dag arbejder med fjernvarme, der skal bane vejen for, at teknologien kan blive en stor succes i udlandet.

En typisk model for afvikling af fremstødet er at afholde et seminar, hvor eksempelvis Energistyrelsen holder

et generelt indlæg om fjernvarme, hvorpå de enkelte virksomheder fortæller om, hvordan deres løsninger bidrager til helhedsbilledet. Samtidig er der træfpunkter som dem, folk i den danske fjernvarmesektor kender fra Dansk Fjernvarmes landsmøde. Normalt sluttet af med en reception eller en middag.

- DBDH's opgave er at få de politiske vinde til at blæse for fjernvarmen. Vi er ikke projektmagere, det står virksomhederne selv for. Vi laver lobbyarbejdet og skaber viden og politisk interesse for de løsninger, vi kan tilbyde fra Danmark.

Danmark stadig bedst, men...

Jes Christensen er overbevist om, at hele den danske fjernvarmesektor, både industrien og varmegærdene, har gavn af, at dansk fjernvarme ikke kun er effektiv herhjemme, men også er en stærk eksportvare.

- Den danske fjernvarmesektor har nok hvilet lidt for meget i sin egen

DBDH's FREMSTØD

DBDH's FREMSTØD

- DBDH har siden 2007 været på omkring 40 rejser og fremstød for fjernvarme i 18 forskellige lande.
- Det hyppigst besøgte land er Rusland, men så forskellige lande som Bulgarien, Mongoliet, Serbien, Ungarn og Kina har haft dansk besøg.
- Primære markeder: Rusland, Ukraine og Kina
- Nye fokuslande: Nordamerika, Kasakhstan
- Lande, der ikke længere besøges: Spanien, Polen. Sidstnævnte skyldes, at en del virksomheder på egen hånd er stærke i Polen og ikke behøver samlet DBDH-aktivitet.

succes. Vi er stadig de bedste, men jeg synes også, vi kan lære nogle ting, når vi skal tilpasse danske løsninger til udenlandske forhold. Det er jo det, vi gør, når vi sælger teknologien til udlandet, og her kan der vise sig effektiviseringsmuligheder, vi ikke ville blive opmærksomme på, hvis vi kun havde haft et hjemmemarked.

- Samtidig må vi ikke være blinde for, at andre også kan lære os noget.

De forsker i spændende ting rundt omkring, og vi må være opmærksomme på de ideer, der skabes uden for landets grænser. Der kommer et sundt pres udefra. Det skal vi bruge til at holde os skarpe herhjemme, så vi kan blive ved med at være i front. Jeg er i hvert fald altid inspireret, når jeg kommer hjem fra en tur.

fr@danskfjernvarme.dk