

Et godt eksempel til inspiration for udlandet

FIF Marketing har lavet en engelsksproget brochure, der oplyser om fjernvarmens fordele. Den kan fungere som et visitkort fra "fjernvarmedanmark" til udenlandske gæster.



OPLYSNING

Af konsulent Isa Kjerkegaard,
FIF Marketing

I en tid med internationalt fokus på, at alle kan og skal gøre en indsats for at bremse den globale opvarmning, er det danske fjernvarmekoncept et godt eksempel på, hvordan man kan skabe effektivitet og bæredygtighed i varmeforsyningen. - Et koncept, som vi i branchen er stolte af, og som FIF Marketing gerne vil arbejde for at udbrede kendskabet til.

Velvidende, at det danske koncept ikke umiddelbart kan overføres til andre lande, har FIF Marketing således - på den danske fjernvarmebranches vegne - taget udfordringen op og kunne på Dansk Fjernvarmes landsmøde i år præsentere en ny, engelsksproget brochure med titlen "Danish District Energy".

Med udgangspunkt i klimadebatten beskriver brochuren på en generel og let forståelig måde, hvorfor fjernvarme er så oplagt en del af svaret på klimaproblematikken. Der sættes i den forbindelse særligt fokus på, at det danske fjernvarmekoncept indebærer:

- effektiv energiudnyttelse
- brændselsfleksibilitet
- reduceret CO₂-udledning
- øget forsyningssikkerhed

Brochuren peger på kraftvarmekonceptet til illustration af, hvor meget energi der går tabt på et almindeligt, termisk kraftværk. Samtidig viser den, at Danmark allerede er godt i gang med at omstille energiforbruget

i fjernvarmesektoren således, at fossile brændsler gradvist bliver erstattet af CO₂-neutrale energikilder.

Formål

Formålet med brochuren er at skabe øget opmærksomhed omkring den erfaring, ekspertise og knowhow, der ligger i den danske fjernvarmebranche som helhed, altså både i forsyningsselskaberne, industrien og hos branchens rådgivere. - Ikke mindst, når det handler om at sikre energieffektivitet, som er et af de mest aktuelle nøgleord i klimadebatten.

Målgruppe

Som antydnet går brochuren ikke i detaljer - hverken rent teknisk eller med faktuelle oplysninger, der dokumenterer de samfundsøkonomiske fordele ved fjernvarme. Derimod giver brochuren en kort introduktion af de muligheder, det danske fjernvarmekoncept byder på. Målgruppen er primært personer, som på et fagligt og/eller professionelt plan har interesse i at orientere sig, men som ikke har et dybere kendskab til, hvad fjernvarme i grunden er.

Visitkort fra dansk fjernvarme

- Vi håber, at danske virksomheder i hele branchen kan anvende brochuren som "et visitkort fra Fjernvarme Danmark", når de har gæster fra udlandet, eller når de selv er rundt i verden for at markedsføre produktet, dansk fjernvarme, siger direktør for FIF Marketing, Eva Rasmussen, og tilføjer:

- Vi er ikke i tvivl om, at andre i branchen både kan og vil supplere

med langt mere konkrete argumenter for, at man i andre lande bør undersøge muligheden for enten at etablere fjernvarme eller renovere og evt. udbygge det eksisterende system. Derfor lægger brochuren også op til, at den interesserede læser tager kontakt til sine danske kontakter for mere information.

Brochuren er udarbejdet med faglig assistance og støtte fra Dansk Fjernvarme og DBDH.

Nedtælling til klimakonferencen

Det er naturligvis ikke nogen tilfældighed, at brochuren om det danske fjernvarmekoncept kommer på tærsklen til året, hvor Danmark skal være vært for FN's klimakonference. FIF Marketing følger brochuren op med en film om samme emne og - hvis der i branchen er tilslutning til ideen - et trykt oversigtskatalog over virksomheder i den danske fjernvarmebranche, der eksporterer viden og teknologi til udlandet. Hele materialet udformes på engelsk.

