



Samarbetande Sablins-
Ecotec och Shell

Forskningsnät-
verket passade
på att träffas
på lunchen

med framtidstro.

het med torr råvara. Dessa fabriker har en årlig produktion på ca 2 000 ton vardera.

Lokala småhusmarknader växer snabbt upp kring dessa anläggningar och gynnar därmed försäljning av pelletsbrännare och pelletskaminer. Färsk statistik visar också att pelletsbrännarmarknaden ökade med 25 % under 2002, trots farhågor om att tidigare lokal pelletsbrist och prisökningar skulle ha minskat intresset.

Media kommunikation

Marknaden för pellets har verkligen utvecklats på ett fantastiskt sätt när man tar hänsyn till att detta i huvudsak skett på 10 år. Ändå kan vi inte vara nöjda med detta. Kent Nyström, vd Svebio, visade i sin framställning att beslutsfattare och inte minst blivande kunder småskaligt liksom mellanskaligt fortfarande inte känner till pellets. Att vi har 100 TWh bioenergi redan i dag är kanske ännu mindre känt. Hur gör vi då för att ändra på detta?

Journalisten Peter Gyllander visade tydligt vikten av goda kontakter med media. Bran-

schen har inte presenterat vårt viktiga budskap så att media ser nyhetsvärdet och därmed skriver om pellets.

Ofta hamnar branschen i försvars ställning och måste "rätta till" en felaktig bild av denna framtidsbransch. Alla tips togs emot med tacksamhet och visst har vi mycket att lära.

Hans Lindholm visade att vi också kan lära mycket av "konkurrerande" verksamhet som värmepumpsbranschen. Indelningen av en ny produkts olika marknadsstadier känns väl igen.

Pionjärerna som kommer först och entusiastiskt skruvar och mekar, konsolideringsfasen där produkter förfinas och företag försvinner eller utvecklas för att komma tillbaka stärkta till en tillväxtfas där värmepumparna befunnit sig de senaste åren. När marknaden växer kommer man snabbt över entusiastkunden och måste därmed utveckla produkter som passar den mest ointresserade kunden som faktiskt bara vill ha det varmt och skönt.

Detta var en klar utmaning som förstärktes av Peter Bäckström från Roxtec som visade hur ett företag kan växa snabbt utan

att få problem. Många kloka ord fanns att hämta från lanseringen av en ny produkt på världsmarknaden.

Skaffa bra återförsäljare som fokuserar starkt på din produkt var ett av budskapen. Kundperspektivet är också centralt och när det gäller pellets har vi flera olika kundkategorier med sina olika behov och önskemål. Att sätta kunden i fokus är kanske självklart men kanske gör vi det ändå inte.

Kaminer i hyreshus

Utveckling av den småskaliga marknaden sker på många sätt. Ett lite ovanligt grepp redovisade Sten Gustafsson från Vadstena Fastigheter. Detta kommunala bostadsbolag hade installerat ett 30-tal pelletskaminer i radhuslägenheter från 70-talet.

Husens isoleringsstandard var inte den bästa och direktel börjar bli dyrt så pelletskaminen, skött av hyresgästen, har minskat uppvärmningskostnaden samtidigt som komforten ökat. Bostadsbolaget står för installationerna men finansierar allt med ett hyrespåslag. Hyresgästerna är mycket nöjda och gör den



Arbete pågår minst lika mycket i pauserna även fast det ser avslappnat ut



största vinsten. Ett intressant koncept som säkert får efterföljare.

Utän en bred forskning och utveckling av tekniker, metoder och produkter kommer branschen inte att fortsätta att utvecklas.

Undertecknad skrev samman ett förslag till branschforskningsprogram i samarbete med SVE-BIO och branschen redan 1997 på uppdrag från Energimyndigheten. Vid denna tid kunde detta inte realiseras men blir allt mer

forts. sid 48