

Passion för energi

Bygdens bästa

Kent Byman om Dala Energis
kontakt med kunderna

dalaenergi

Cool Veerme
– stor intervju med
Hedemora Energis vd

Självförtroende
på Österlen

Uddevalla Energi
lyssnade på kunderna

Stefan Swärds **krönika**



Med passion för hela energibranschen

NÄR JAG TÄNKER på mitt första stappande steg in på ett energibolag i mellersta Sverige för snart två decennier sedan infinner sig en speciell känsla. En känsla som jag fortfarande bär med mig när jag möter energibolag över hela vårt avlånga land idag. Det är som en förälskelse. Inte den som går över efter ett tag, utan den där speciella känslan som håller i sig år efter år och som utvecklas.

Att jobba som konsult och marknadsundersökare inom energibranschen är ett privilegium jag aldrig vill sluta med. Det finns ingen bransch som har så mycket av allt som just energibranschen. I alla fall för en marknadsundersökare. Där möter jag människorna, tekniken, marknaden, miljön, politiken och framförallt eldsjälarna.

Ni får i detta nummer av Passion för Energi möta några av dessa fantastiska eldsjälar och energiföretag ute i landet. Ni får ta del av hur Dala Energi jobbar med både NKI-resultat och bolags-

stämma, hur Österlens Kraft lyckats lyfta personalens självförtroende genom att bara lyssna på kundernas upplevelse av dem som energiföretag.

Vidare får vi även möta Uddevalla Energi och deras förvandling av prismodellen på Fjärrvärmen efter att kunderna sagt sitt i senaste kundundersökningen. Vi möter också Liina Veerme, den super-effektiva vd:n på Hedemora Energi som på ett inspirerande sätt kombinerar sitt vd-skap med att samtidigt vara småbarnsmamma.

Vilka eldsjälar!

Och alla har de en sak gemensamt. De bygger sina verksamheter kring kundens nöjdhet samtidigt som de uppfyller alla de krav ett energiföretag måste leva upp till.

Sist men inte minst, missa inte Stefan Swärds nya krönika som reflekterar över det energipolitiska läget i Sverige efter höstens minst sagt härresande val.

Trevlig läsning!

Tove Åkerman-Stenman, vd Supportföretaget

Med blicken på bygden

Lite mer för bygden är Dala Energis motto. Vi mötte kommunikations- och marknadschefen Kent Byman och pratade om skillnaden i ett privat och kommunalt elbolag.



Dalahästar, förstås, på kontoret i Leksand.

BANDYHALLEN I RÄTTVIK görs en galadukning för en trerättersmiddag. Kalle Moreaus stämmer fiolen i kulisserna och ett 60-tal elever från restaurangskolan som serverar samt tolv kockar laddar för 800 gäster. Gästerna börjar köa 1,5 timme innan dörrarna öppnas. Unikt 100-årsjubileum? Öväntat SM-guld? En ny Nobels dalagala?

Nej! Helt enkelt den årliga bolagsstämman för Dala Energi AB. Kent Byman, som är kommunikations- och marknadschef sedan fem år, skrattar:

– Jag kom närmast från ett kommunalt energibolag medan Dala Energi däremot ägs av 3 500 privata aktieägare. Jag trodde inte mina ögon när det var dags för min första bolagsstämma.

Där och då såg han den kanske största skillnaden i ett privatägt energibolag.

– Våra ägare är långsiktiga ägare, allt har en bakgrund i de gamla belysningsföreningarna som fanns i byarna förr, och engagemanget är otroligt stort. Bolagsstämman är det yttersta beviset på det.

Jag lärde mig snabbt att vad vi än gör, så är det en sak som är helig och det är bolagsstämman. Då är det fest!

Engagemanget för bolaget märks på många sätt.

– Inte minst i våra NKI-undersökningar. Vi gör en sådan regelbundet. Jag hade arbetat med Supportföretaget tidigare och blev jätteglad när jag kom hit och såg att de även gör vår NKI, säger han.

Jätteglad blev han också över resultatet: MVG!

– Men vi slår oss inte till ro med det. Det finns hela tiden saker som går att förbättra. Det är vi skyldiga våra ägare och våra kunder. När de är så engagerade måste vi visa att vi också är det.

Bolagets devis är lämpligt nog just: 'Lite mer för bygden'.

Kanske är det också Kent Bymans tävlingsbakgrund som basketspelare och baskettränare på elitnivå som tittar fram här. Om man vinner en match med 12 poäng kan man ju alltid sikta på att vinna nästa med 14 ...

Han lovar att den skriftliga presentationen av NKI-undersökningen inte blir en pärm som samlar damm på hyllan bredvid något gammalt matchprogram för Leksand IF:s hockeyhjältar och de dalahästar som står där.

– Vi jobbar aktivt med det material vi får. Visst är vi på många sätt ett monopolföretag men just därför får vi inte strunta i kunderna, snarare tvärtom, just därför ska vi verkligen bry oss om och skapa mervärden.

Han säger att nöjdhet alltid är en utmaning och ger som exempel elnätet.

– Har vi 99,98 procent leveranssäkerhet på ett år är det ändå strömavbrott kunden kommer ihåg...

I en tidigare NKI var siffrorna för klagomålshandling inte så bra.

– Det är ett bra exempel på hur vi tar tag i saker. Det är enklare att behålla en kund än att skaffa en ny. Är man duktig i kundklagomålshandling så är jag övertygad om att det kan vara nyckeln till att kunden stannar.



Tillsammans. Gemenskap. Bygdens bästa. Dala Energi är fast förankrat i dalabygden.

DALA ENERGI

Dala Energi är en regional leverantör av el, värme och fibernät. De erbjuder lösningar inom energi och digital kommunikation. Dala Energi-koncernen omsätter 300 Mkr och har ca 33 000 kunder. Antal medarbetare är cirka 75. Verksamhet finns i Rättvik, Leksand, Gagnef och Säter. Ett ägande i Dala Energi är ett ägande i en lokal drivkraft med syfte att ge ekonomisk avkastning, en sund samhällsutveckling och en hållbar miljö. 3 500 privata aktieägare och tre kommuner; Leksand, Rättvik och Gagnef gör detta möjligt. Dala Energi AB finns noterade på den alternativa aktiemarknaden.

Dala Energi har regelbundet sedan 2008 genomfört Supportföretagets Kundnöjdhetsundersökning. I den senaste studien fick Dala Energi betyget MVG i kundnöjdhet.



Efter att ha sett siffrorna och läst kommentarerna landade man i en rad åtgärder.

- » Ett ärendehanteringssystem skapades. I det finns vissa regler där kunden ska bli bekräftad och få ett ärendenummer direkt och inom tre dagar få en första återkoppling. 80 procent av ärendena ska vara lösta inom tio dagar.
- » Man skapade också en 'teknisk kundservice', ett nav dit det skickas alla möjliga frågor som i sin tur skickar ärenden vidare. Vinsten är att det är lättare att följa ärenden och deadlines. Varje månad tas lime-listan fram (programmet heter lime)

och publiceras på intranätet och skärmar så man ser hur ärenden som fastnat ligger till. Det blir inte minst ett hjälpmedel för att se om det finns rätt resurser för den typ av frågor som kommer in.

- » Ett annat exempel är att kundtjänsten outsourcades, där man såg en potential med ett bra servicetänk, en säljorganisation och generösa öppettider.

BÄST I KLASSEN

Kent Byman ser nöjd ut och konstaterar:

– De här insatserna vi gjorde innebar att vi fick ett bättre betyg i den senaste mätningen. Och vi ska bli bättre ändå. Vi ska bli bäst i klassen.

Det är nästan så man ser den gamle baskettränaren och tävlingsmänniskan studsas med basketbollarna där bakom skrivbordet...

– Vi nyttjar verkligen den input vi får i NKI-undersökningarna för att kunna skruva på vår verksamhet. Dessutom säger han att de är bra på att fira när något går bra – så det blir en hel del tårta på Övermøgen om man säger så.

Och på tal om att fira...

På bolagsstämman i bandyhallen i Rättvik är det som en tanke när serveringspersonalens ständiga fråga till gästerna låter som ett eko av företagets devis:

– Får det vara lite mer? ☺

Sommarparadis, säger turisterna. Året-runt-paradis, säger Göran Andersson. Österlens Krafts vd har sett att kundundersökningarna gett bolaget ett självförtroende. "Folk gillar oss", konstaterar han.





Alla gillar Österlen

Tre vokaler och fem konsonanter som tillsammans bildar ett av landets mest attraktiva områden, där hjärtat är småstaden Simrishamn vid havet. Så långt är alla överens. Men hur stor bit av Skåne som egentligen är Österlen diskuteras däremot ofta.

TAKT MED att området blir allt populärare vill allt fler höra till Österlen. Ja, man kan i södra Småland till och med höra ordet "Österlennära" när någon ska sälja ett sommarhus...

Men det där behöver inte Görän Andersson bry sig om.

Sedan tio år är han vd på Österlens Kraft, det lokala energibolaget som är fast förankrat på Österlen och står för en viktig del av infrastrukturen.

– Vi är en ekonomisk förening och ägs av 400 medlemmar, både privatpersoner och företag, med 18 anställda och 7 500 kunder, säger han.

När han berättar var kunderna finns låter han för oss utomstående som en turistguide som beskriver en underbar sommarresa: Simrishamn, Kivik, Vitaby, Brösarp...

Och där kunderna är hittar man också medarbetarna.

– Vi sitter hos kunderna, vi är hos kunderna, vi lever hos kunderna. Nästan alla anställda bor där kunderna bor. Vi är här för kunderna, inte för oss själva. Det är viktigt att alltid komma ihåg.

Av samma skäl är lokal sponsring också viktigt och Österlens Kraft finns med i bland annat en rad idrotts- och kultursammanhang.

Få platser i landet är så olika sommar och vinter som Österlen.

Görän skrattar och förklarar:

– På vintern när jag går på Storgatan så hälsar jag på nästan alla. När jag går där på sommaren känner jag däremot ingen. Då är det så otroligt mycket sommargäster här.

Efter en lång karriär, som började med sex år i flottan innan den gled över mot energibranschen, blev han för tio år sedan fjärrvärmechef på Österlens Kraft men erbjöds snart tjänsten som vd.

– Det jag märkte då var att vi inte hade så bra självförtroende. Det var mycket snack om vad vi inte kunde. På Österlen slår man sig i och för sig inte för bröstet, här måste man vara ödmjuk, men jag kände ändå inte igen mig i de beskrivningarna.

Lösningen blev en kundundersökning 2009.

– Vi gjorde en bred undersökning. Resultatet var fantastiskt bra! Det överraskade hela styrkan här. Folk på Österlen tyckte om oss. Det blev en ögonöppnare.

– Nu gör vi den undersökningen regelbundet. Allt har inte gått spikrakt uppåt men vi är klart bättre än den första hela tiden.



Engagerad medarbetare.
Österlens Krafts personal
får gott betyg av kunderna.

Han funderar på frågan vad undersökningarna betytt. När man väntar sig svar om ändrade strategier för prissättning, förändringar av kundservice eller vad det nu konkret brukar handla om överraskar han med svaret:

– Självförtroende. Det är det viktigaste som kundundersökningarna gett oss.

Med starkt självförtroende har det blivit lättare att jobba med förbättringsarbete i lugn och ro.

– En aning kaxigare kan vi kosta på oss att vara när vi har svart på vitt på att de flesta tycker att vi är bra, säger han.

Men bra kan alltid bli bättre.

– I och med att vi drivs som en ekonomisk förening kan vi ha en annan inrikt-

ning än om vi hade annan ägare som bara vill maximera vinsten. Än så länge har våra ägare inga krav på avkastning. Vi använder därför alla pengar till att förbättra verksamheten här och kan hålla rimligt låga avgifter.

Numera är de skuldfria – men har ändå investerat i stora förbättringsprojekt som gör att de, till exempel, i princip har hela elnätet nedgrävt nu.

– Det gör oss mindre väderberoende. Numera förväntar sig alla att allt ska vara 100 procent när man pratar om funktion. Det finns inte utrymme till någon brist överhuvudtaget. Så var det inte för inte så länge sedan. Då kikade folk ut, såg att gatubelysningen inte lyste och tänkte att,



ÖSTERLENS KRAFT

Österlens Kraft AB har bara funnits i sin nuvarande form sedan 1999 men har en anrik historia. År 1922 bildades Vitabyortens Energiförening av några storbönder som gick samman för att kunna tillgodose sitt elbehov på bästa sätt. Föreningen byggde upp ett elnät till sina medlemmar och i takt med att antalet medlemmar växte utvidgades nätet. Idag har Österlens Kraft 7 500 kunder och 18 anställda. Omsättningen är cirka 125 miljoner kronor.

Hösten 2018 rankades Österlens Kraft som nummer ett när det gäller kundnöjdhet avseende affärsområde Elhandel och Fiber i Supportföretagets energibolagsindex 2018_10_1 (rankingen i energibolagsindex avser de 60-talet energiföretag som regelbundet genomför Supportföretagets kundnöjdhetsundersökningar).



Foto: Ivar Svensson

Vintervackert.
Simrishamn är
Österlens huvudort.
Vacker året runt.



Foto: Jutta Jönsson

jaja, då får vi vänta lite så kommer väl strömmen tillbaka, ler Göran.

För att inte tala om hur svajigt nät det ska ha varit när Ehrnbergs Läderfabrik en gång var allra först i staden med el ...

– Annars har vi nog samma problem som de flesta energibolag: dels har vi generationsproblem när en del går i pension närmaste åren, dels har vi inte minst reglermyndigheten som är ett gissel. Har vi någon möjlighet i framtiden att överhuvudtaget bestämma våra taxor och avgifter?

De gör vad de kan för att påverka i frågan genom olika organisationer och Göran Andersson själv har varit aktiv i Svensk Energi/Energiföretagen och är det i Lokalkraft Sverige. ○

Öppna landskap.
Österlen är ett skafferi
för Sverige.



Foto: Ivar Svensson

Vackrare stad och levande centrum. Uddevalla Energis julljuspromenad är uppskattad.



Ljust i Uddevalla

Uddevalla Energi lyssnade på kunderna när de gick igenom senaste kundundersökningen. Vi tog ett snack med marknadschefen Fredrik Jostby och vikten och nyttan av att göra detta.

UDDEVALLA ENERGI är helägt av Uddevalla kommun. Det innebär att man balanserar samhällsansvar och vinst – och sätter en ära i att både skapa affärsmässig samhällsnytta och göra allt för att minska miljöpåverkan.

– Det är ju för invånarna i Uddevalla vi finns. Därför är närheten till våra kunder extra viktig, konstaterar marknadschefen Fredrik Jostby.

VARFÖR GÖR NI KUNDUNDERSÖKNINGAR?

– För att få ökad kunskap inom vilka områden vi lyckas bra och inom vilka områden vi ska utvecklas utifrån ett kundperspektiv. Kundundersökningen ger oss en djupare förståelse för hur vårt varumärke uppfattas hos våra kunder. Den ger oss också en bild av hur väl vi lyckas nå ut med budskap, kampanjer, information etc.

HUR JOBBAR NI MED RESULTATEN MER KONKRET?

– Kundundersökningen presenteras för hela bolaget på våra olika arbetsställen och en särskild genomgång görs i ledningsgruppen. Vi vill bygga goda relationer med våra kunder och det är viktigt att våra medarbetare har kunskap om vilka områden vi är duktiga inom och var vi behöver förbättras. Utifrån resultaten tillsätts arbetsgrupper som tar fram förslag på förbättring.

VID ER KUNDUNDERSÖKNING 2017 VAR ETT AV UTVECKLINGSOMRÅDEN ATT SE ÖVER PRISSÄTTNINGEN PÅ BLAND ANNAT FJÄRRVÄRME. VAD GJORDE NI?

– Vi startade upp ett arbete för att se vilka möjligheter som fanns att skruva i befintlig prismodell. Det resulterade i insikten om att arbeta om prismodellen inte skulle ge något ökat kundvärde. Ny prismodell för fjärrvärme togs fram för bara några få år sedan. Nästa steg var att se över prissättningen och vilka delar som var möjliga att justera och som gav mest nytta för kunden. Resultatet blev att vi sänker effektkomponenten för både villa och företag. Vi ger också en prisgaranti till våra villakunder som lovar 0 % i prisökning under tre år, 2019–2021.

HUR ARBETAR NI MED VARUMÄRKET UDDEVALLA ENERGI?

– Vi är det lokala energibolaget i Uddevalla och våra produkter och tjänster finns naturligt i våra kunders vardag. Vi arbetar med



Nöjd marknadschef.
 Fredrik Jostby.

vårt varumärke på många olika sätt. En stor del är att visa att Uddevalla Energi är en del av Uddevalla och att vi är engagerade för staden. Det gör vi genom att synas och finnas där våra kunder finns. Vi jobbar till exempel aktivt med att vara med på olika event i staden där vi har en tydlig inriktning mot familj och barn. Det är viktigt för oss att hålla centrum levande och att göra staden vackrare. Ett mycket uppskattat exempel i det arbetet är att vi har byggt upp en julljuspromenad som består av ett antal julljusinstallationer i centrum. Genom julljuspromenaden skapar vi varje år interaktion med uddevallaborna som mynnar ut i att vi skänker pengar till en verksamhet som jobbar med utsatta människor i Uddevalla.

HUR KOMMER MILJÖTÄNKET IN I DET ARBETET?

– Vi lägger stor vikt i vårt varumärke vid miljö och fossilfritt samhälle. Ett tydligt exempel är vår satsning på att bygga en solcellspark, Solevalla. Vi vill vara en aktiv part i att skapa en fossilfri framtid i Uddevalla.

NI, SOM ALLA ENERGIBOLAG, FÅR FÖRSTÅS MYCKET FRÅGOR OM SPONSRING. HUR LÖSER NI DET?

– Vi tycker det är viktigt att stötta det lokala föreningslivet, främst för barn och ungdomar. Det gör vi genom en sponsringstävling som kallas Energiutmaningen. I Energiutmaningen får alla deltagande föreningar genom en liten film berätta om sin förening och vad de behöver sponsringsspengar till. En jury med representanter från näringslivet och kulturscenen

väljer ut ett antal finalister och allmänheten får sedan vara med och rösta på sin favorit. Sponsringsspengarna i potten fördelas procentuellt utefter hur många röster varje bidrag fått.

APROPÅ VARUMÄRKET, NÅGRA DÖRRKNACKARE FÖRSÖKTE ANVÄNDA SIG AV ER GENOM ATT SNYLTA PÅ ERT VARUMÄRKE FÖR ATT SÄLJA EN TJÄNST OCH TJÄNA PENGAR. HUR FICK NI STOPP PÅ DETTA?

– Vi tog kontakt med företaget som bedrev dörrknackningen och gick ut med information i våra mediekanaler samt uppmaningen att polisanmäla. Efter dessa åtgärder har vi inte hört något om ytterligare dörrknackningar och vi hoppas att det helt upphörde.

NI FICK PRIS SOM BÄST I SVERIGE PÅ AVFALLSHANTERING – VAD BETYDER EN SÅDAN UTMÄRKELSE?

– Vi jobbar mycket aktivt med vår sortering av avfall i Uddevalla. Vi har under längre tid satsat på att utveckla arbetet inom renhållningen och fokuserar på ett bra samarbete tillsammans med uddevallaborna och större fastighetsägare, för en enkel och nära möjlighet för alla att sortera avfallet rätt. Att få denna utmärkelse är ett bevis på att vårt arbete ger resultat och det är något som vi alla i bolaget gläds åt och är stolta över. ○

BÄSTA ENERGIKONCERN

I oktober 2018 erhöll Uddevalla Energi kundnöjdhetsembelmet Bästa Energi-koncern i Supportföretagets energibolagsindex. Rankingen avser de 60-talet energibolag som regelbundet genomför Supportföretagets kundundersökningar och som har minst tre affärsområden i sin portfölj (minst Elnät, Elhandel och Fjärrvärme, plus eventuellt Renhållning och Fiber) samt innehar ett koncessionsområde på Elnät om minst 16 000 uttagspunkter.

El, vatten och Veerme i Hedemora

Liina Veerme är en profil i energibranschen. Vi träffade Hedemora Energis vd och fick veta att intresset för el föddes tack vare... elavbrott.

DET GÅR INTE att komma ifrån att det är kul att vd:n för ett energibolag heter Veerme. Jo, Liina Veerme på Hedemora Energi har hört det.

Många gånger.

Hon har även många gånger fått berätta sin historia och den tål att berättas igen. Inte minst den del som handlar om hur intresset för el föddes.

– Jag växte upp på Dagö i Estland, en ö lika idyllisk som Gotland och Öland, med mamma, mormor och en syster, berättar hon.

Där bodde de fyra kvinnorna och, som så ofta på öar, blåste det ibland så rejält på höstarna att det varken gick att ta sig till eller från Dagö.

Och sådana dagar gick naturligtvis elen...

– Jag tror att mitt intresse för el föddes då någonstans. Det blev ofta strömavbrott och bor man på en ö är det en ganska stor sak, minns hon.

Orädd och lite äventyrlig ville hon skaffa den högre utbildningen utomlands och efter lite funderande föll valet på Sverige, Västerås och Mälardalens högskola.

– Tidigare hade jag varit ett år som utbytesstudent i Sverige, i Karlshamn i Blekinge, och kunde lite svenska. På högskolan läste jag 'Ekonomi för hållbar utveckling' men insåg snart att det var svårare än jag trodde att studera på svenska. I början blev det en del omtentor, skrattar hon.

Men har man klarat strömlösa höststormar på Dagö fixar man förstås svenska språket.

Under studietiden kom hon i kontakt med ett energibolag i regionen och det blev starten på en karriär i energibranschen.

– Jag började som maskinist på driften och sedan har jag haft olika ledarbefattningar, bland annat som revisionsledare. I slutet var jag chef på mätavdelningen innan jag sökte och fick det här jobbet som vd för Hedemora Energi.

Då var hon 32-årig småbarnsmamma

och långt, långt ifrån den traditionella vd-typen.

– När jag fått jobbet och skulle presenteras var jag jättenervos, minns hon och skrattar.

Hon har någon gång i livet bestämt sig för att alltid vara den hon är – inte spela någon roll. Så hon försökte inte spela vd-rollen den där dagen heller utan bara berättade rakt upp och ner vem hon är och vad hon vill.

Uppenbarligen gick det hem.

– Jag är nog den där spralliga typen och jag gillar att bjuda på mig själv väldigt mycket. Jag har känt mig varmt mottagen från första början, inte minst i ledningsgruppen, säger hon.

Uppdraget var bland annat att få upp lönsamheten på bolaget.

– Vi har nästan klarat av det. Nu börjar det bli stabilt. Vi har sett över hur vi jobbar, skapat ordning och reda, vet vem som kollar vad och vem som har ansvaret. Vi har jobbat med mycket sådant och sluppit

Stolt vd. Hedemora Energi visar bra siffror och vd Liina Veerme är stolt över sina medarbetare.

besparingsprogram. Vi har tvärtom gått upp från 49 anställda till 65 och ger ännu mer service till våra kunder.

Hon ser kundundersökningarna som en hjälp i arbetet.

– Vi har gjort två stycken och det visar att vi satsar på rätt saker. Siffrorna har gått upp, väldigt mycket uppåt. Det är riktigt kul eftersom vi har satsat enormt de senaste åren.

De har numera MVG i kundnöjdhet.

– Och vi fick veta att vi är nummer åtta bland de 60-talet energibolag som regelbundet genomför Supportföretagets kundundersökningar. En viktig faktor är att vi har skaffat ett kundärendehanteringssystem. Vi har alltid försökt bemöta våra kunder sakligt och vänligt, men förut kunde vi tappa bort dem på lappar och mejl, konstaterar hon.

Nu är det ordning och reda.

– Vi har kört utbildning i det här systemet så att alla ska känna sig bekväma med det. Vi har haft medarbetardagar





Supereffektiv. Så tycker Liina Veerme att man tvingas bli som småbarnsförälder mitt i karriären.



LIINA VEERME

Bor: På landet utanför Västerås.

Familj: Man (drifttekniker på ett annat energibolag) och två barn.

Fritid: Springer mycket. Långt men inte på tid. Är engagerad i en biståndsorganisation i södra Sverige, Individuell Människohjälp. Dalai Lama kom till oss på besök och vi var i Indien för ett och ett halvt år sedan. Då träffade jag honom och det var fantastiskt!

Läser: Ingenting men jag lyssnar på ljudböcker. Jag älskar fakta.

Lyssnar på: Jag gillar väldigt mycket tystnad nuförtiden.

Reser: Gärna till de svenska fjällen, men ska åka till Thailand i vinter.

Äter: Pasta.

Dricker: Vatten och kaffe.

om kundbemötande. Sedan har vi också satsat på att medarbetarna ska må bra och trivas. Då gör de också ett bra jobb. Det låter klyschigt men blir väldigt konkret på ett litet bolag utanför storstäderna.

Hon menar att kundundersökningen blir kvittot på att de satsat rätt.

– Och jag gillar verkligen att den innehåller kommentarer från kunder. Många gånger med namn på våra anställda. Det är fantastiskt roligt att kunderna berättar att Diego eller Elisabeth var väldigt trevliga och proffsiga när de ringde...

Liina Veerme har nyss kommit tillbaka från en föräldraledighet.

– Sju månader var jag hemma. Jag har varit mycket bättre på att koppla av den här gången, än med första barnet som nu är fem år. Vår fjärrvärmechef blev tillförordnad vd och det gjorde att jag kunde släppa mycket, säger hon.

Hon har även en del uppdrag åt branschorganisationer (sitter i styrelsen för branschorganisationen Energiföretagen och är aktiv på regional nivå i mellersta Sverige) och har blivit en profil i energi-Sverige.

Okej då, namnet bidrar en aning.

Även om hon är tillbaka i arbete nu finns ju barnen kvar – och som för alla småbarnsföräldrar tar det mycket tid.

Hon funderar på frågan om det är svårt att få ihop allt.

– Nja, jag tycker snarare att man blir supereffektiv som småbarnsförälder. Jag måste klara av mitt arbete när jag är på jobbet, även om jag förstås kan ta en del samtal i bilen. När jag ska hämta på dagis så måste jag lämna Hedemora före tre, om det så är mitt i ett möte...

Första gångerna såg en del lite förvånade ut, minns hon.

På fredagar jobbar hon hemifrån.

– När jag kom hit hade nog ingen jobbat hemifrån. I början vågade kollegorna knappt ringa. Nu vet alla att det förstås bara är att ringa, det är ju bara arbetsplatsen som är en annan, och vi har numera andra som jobbar hemifrån också. Det känns väldigt rätt. ○

HEDEMORA ENERGI

Ett helägt kommunalt bolag och som ägs av Hedemora Kommun. Hedemora Energi är en koncern med två dotterbolag, Hedemora Kraft och Värme AB samt Hedemora Elnät AB. I moderbolaget distribueras fjärrvärme och stadsnätstjänster. Man producerar och distribuerar dricksvatten, omhändertar och renar avloppsvatten samt transporterar och behandlar avfall. I Hedemora Kraft och Värme AB sker koncernens fjärrvärme- och elproduktion. Hedemora Elnät AB distribuerar elenergi.

Hedemora Energi genomför regelbundet Supportföretagets Kundnöjdhetsundersökning. I den senaste undersökningen erhöll Hedemora Energi betyget MVG i kundnöjdhet.



Swärds Värld

VAD SKA DEN blivande energiministern göra?

I min förra krönika i Passion för Energi spekulerade jag i vad vi skulle få för regering i höst. Jag nämnde då att det tro- ligaste scenariot är att vi får tre politiska block och inget av dem är i närheten av att få en egen majoritet. Så blev det.

Vi kommer länge att minnas höstens spekulationer och funderingar kring regeringsfrågan. Vem skulle bli statsminister? Det var den stora frågan. För många av oss var frågan vem som skulle bli energi- minister nästan lika intressant?

Men namn i alla ära.

Viktigast är politiken. Som jag tidigare har försökt förutspå, energipolitiken ligger ganska fast inom energiöverenskommelsens ramar, och berörs mer marginellt av vilken regering vi har.

Den nya regeringen kommer dock till ett bord

dukat av energipolitiska utmaningar. Här är exempel på saker som den behöver göra. Ett tips på arbets- uppgifter för energiministern helt enkelt.

En kontrollstation för elcertifikatsystemet ska genomföras under 2019. Energimyndigheten arbetar nu med underlagsutredningar som blir klara i de- cember. Nya regeringen måste ta tag i den frågan.

Den avgående miljöpartistiske energipolitikern Lise Nordin har levererat en mycket omfattande stat- lig utredning om energilandskap i förändring. Hon lägger skarpa förslag angående vita certifikat och energieffektivisering, hantering av efterfrågefleksi- bilitet och elektrifiering av transporter. En ny regering måste hantera och ta ställning till dessa förslag.

EU:s hela lagstiftning med "Clean Energy Package", måste sjösättas i svensk lagstiftning, det blir en omfat- tande uppgift för en ny regering.

Enligt vår nya klimatlag ska regeringen ta fram en klimathandlingsplan under 2019. Det bör läggas fram en klimatproposition under 2019.

Energiöverenskommelsen innehöll en uppgörelse om slopade anslutningsavgifter för havsbaserad vindkraft. Energimyndigheten har utrett saken och tycker inte det är en bra idé. Här behöver en ny regering komma fram till någon form av beslut i samråd med energiöverenskommelsens partier.

Frågan om kommunal tillstyrkan för vindkraften, en ny regering måste ta ställning i den frågan.

Långsamma tillståndprocesser klagas det på från alla håll. En departementspromemoria ligger nu på regeringens bord. En ny regering behöver leverera resultat ganska snabbt i den frågan.

Att sjösätta vattenkraftspropositionen, som ska landa i förordningstexter och detaljföreskrifter, en annan utmanande boll som spelas till en ny regering.

En rad pågående satsningar på energieffektivise- ringsområdet behöver följas upp.

En översyn pågår av lagen om kärnteknisk verk- samhet.

En proposition om nordisk slutkundsmarknad och en elhandlarcentrisk modell ska komma under 2019. Inom regeringskansliet arbetar man med en elmarknadsproposition som ska läggas fram under 2019. Den innefattar frågan om timmätning. Elisabet Falemos utredning om översyn av tillstånd för att bygga elledningar blir klar sommaren 2019.

Frågan om elnätsregleringen kommer att bli en fort- satt huvudvärk för den nya regeringen. Den kommer också att behöva genomföra en kontrollstation under 2019 för att följa upp energiöverenskommelsen.

Hur som helst, oavsett vem som är energiminister, består arbetsuppgifterna framförallt att ta tag i och arbeta med dessa frågor. ○

Returadress
Supportföretaget
Stenby 12, 731 91 Köping



B
PORTO BETALT
PORT PAYÉ

Form: gomeron, Text: Ordskloset



www.supportforetaget.se
Kundservice: +46 (0)221 42 000

Passion för Energi är en miljömärkt energibranschtidning, kostnadsfri och helt fri från reklamfinansierade reportage. Den är vårt sätt att ge tillbaka inspiration till en fantastisk bransch. Vi som ger ut Passion för Energi är ett ledande marknadsundersökningsföretag inom energibranschen. Vi tror på marknadsundersökningar utöver det vanliga och träffsäkra analyser där statistiken får gå hand i hand med innovationen, känslan och upplevelsen. Här får ni ta del av allt det spännande som händer i vår värld, ute hos våra kunder och inom energipolitiken. Oavsett om du är kund hos oss idag eller inte, låt dig inspireras. Varmt välkommen!

