

Passion för energi

BORLÄNGE ENERGI
**Så går de vidare
efter en kund-
undersökning**

KARLSTADS ENERGI
**Satsning på
kundservice
blev succé**

MIA ÅKERMAN MARKGREN
**Hon tog en
promenad
på 353 mil**

**STEFAN
SWÄRD:**
Vindkraften
kan spräcka
regeringen

Annelie Johansson – marknadschef
på Västervik Miljö & Energi.

Kunden i fokus

**Kundundersökningar en viktig
del av satsningen i Västervik**

Möt några av våra spännande kunder!

Antligen ett nytt nummer av Passion för Energi! I detta nummer får ni möta marknadschefen och visionären Annelie Johansson på Västervik Miljö & Energi, som tar med sig erfarenheter från några av världens starkaste företag inom modebranschen. Mode och energi är en minst sagt spännande kombination.

Möt även Mikael Ringi, marknadschef på Borlänge Energi, och kundserviceteamet på Karlstads Energi, som tillsammans med marknadschefen Mia Johansson berättar om hur de dedikerat arbetar med utvecklingen från de senaste innovativa kundundersökningarna.

Och apropå kundundersökningarna.

En kundundersökning värd namnet handlar om att ge den kvalitativa mätmetoden den uppmärksamhet den förtjänar. Genom att låta kunden beskriva sin upplevelse av energibolaget med sina egna ord skapas autentiska utvecklingsförslag baserade på kundens verkliga upplevelser.

**” Intervju-
metoden
är en av våra
styrkor.**

INTERVJUMETODEN ÄR EN av våra styrkor!

Svaren i intervjuerna kombineras sedan med den kvantitativa mätmetoden som inkluderar statistik, kundnöjdhetsindex, medelvärden, GAP-profiler och variabler. NKI-värdet är fortfarande viktigt – men utvecklingsförslag baserat på kundens verkliga upplevelse och feedback ger en levande inblick i hur man kan förbättra kundrelationen och uppnå högre kundnöjdhet.

I det här numret möter ni också vår krönikör Stefan Swärd och vi pratar med skaparna av ELS Analysis. Och vår marknadsanalytiker Mia tog en liten ”promenad” på 353 mil på en av de tuffaste vandringslederna i världen, Appalachian Trail.

Mina vänner, trevlig läsning! «

Tove Åkerman-Stenman är vd för Supportföretaget.

Nya kunder

Passion för Energi har fått stor uppmärksamhet sedan det senaste numret släpptes. Flera välkända energibolag i landet har sedan dess valt att genomföra våra inspirerande kundundersökningar, bland annat Karlstads Energi, Västervik Miljö & Energi, Norrskens, Kils Stadsnät och Lokal Kraft.

Möt varandra

I dag genomför ett 90-tal av landets energibolag våra kund- och medarbetarundersökningar, vilket ger enorma fördelar till benchmarking och erfarenhetsutbyte. Jag är så glad att ni får möta varandra i vår tidning!



FOTO: PETER CEDERLUND

Det går bra nu... Mikael Ringi, marknadschef på Borlänge Energi, är glad över kundundersökningens fina resultat – och har dragit igång arbetet för att bli ännu bättre.

FOTO: PETER CEDERLING

Allt ljus på Borlänge

Borlänge Energi är ett av de bredaste energibolagen i energi-Sverige. Av bolagets elnätstkunder är hela 92 procent också elhandelskunder. År efter år hamnar de i topp i kundundersökningarna.

Vi drog till Dalarna för att leta framgångsfaktorn...





” Vi gillar Supportföretagets koncept med hur de intervjuar. De fritextsvar som vi får, med verkliga kundåsikter, kan vi dra slutsatser av. Det är värdefullt och dessutom tycker jag att själva leveransen är bra. De kom hit fysiskt i år och det var jätteroligt efter pandemin. Resultatet presenterades i en inspirationsföreläsning.

Mikael Ringi, marknadschef på Borlänge Energi, tar med oss från Borlänge Energis huvudkontor till kraftvärmeverket Bäckelund på andra sidan riksväg 50. Några av företagets ungefär 300 medarbetare hejar glatt på honom.

Han funderar lite på frågan vad som skapat den framgång energibolaget faktiskt har hos Borlängeborna.

– Jag tror att just vår bredd spelar en stor roll, där en viktig faktor är att även stadsmiljön ligger i energibolaget. Det finns två positiva saker med det. Dels går det att göra verksamheten effektivare, dels



Skulle du rekommendera Borlänge Energi till andra? Frågan i kundundersökningen gav den bästa siffran Supportföretaget sett på den frågan. Mikael Ringi och hans kollegor trodde knappt sina öron.

FOTO: PETER CEDERLING

har vi många medarbetare ute på fältet. De är fantastiska ambassadörer för Borlänge Energi, säger han.

Själv har han arbetat i företaget sedan 2017 då han kom från Dalakraft, där han var krafthandelschef i tio år, och innan dess var han på Vattenfall.

SOM MARKNADSCHEF ÄR kundundersökningen ett bra instrument.

– De dagliga kundkontaktarna är kanske de viktigaste, men en kundundersökning är ett värdefullt komplement. När vi bestämde oss för att förnya våra kundundersökningar fastnade vi för Supportföretaget, säger Mikael Ringi.

– Vi gillar Supportföretagets koncept med hur de intervjuar. De fritextsvar som vi får, med verkliga kundåsikter, kan vi dra slutsatser av. Det är värdefullt och dessutom tycker jag att själva leveransen är bra. De kom hit fysiskt i år och det var jätteroligt efter pandemin. Resultatet presenterades i en inspirationsföreläsning för ledningsgruppen och några andra chefer för att efter det tas vidare ut i organisationen.

MEN EFTER LEVERANSEN börjar det egentliga arbetet.

Mikael Ringi förklarar:

– Vi fångar upp det som sticker ut i kundundersökningen, både det positiva som vi vill bevara och förstärka men också förbättringsområden. Det åligger alla affärsområden och stödfunktioner att fånga upp det väsentliga och jobba vidare med det.

Efter den senaste undersökningen är återkoppling till kunder ett fokusområde.

– Vi gör vad vi kan för att kunderna ska få snabba återkoppling. Men tiden är inte allt utan det är minst lika viktigt med kundens uppfattning om att ärendet är omhändertaget, att få statusen på det, att känna att det är någon som jobbar med det.

Där har det funnits brister.

– Utan bra information finns en risk att kunden upplever att de lämnat in sitt önskemål eller problem i ett svart hål hos Borlänge Energi, säger han.

Ett nytt ärendehanteringssystem har implementerats för att lättare hålla koll på ett ärendes status. Även webb och app har fått en uppfräschning med stöd i kundundersökningens resultat.

HÄROMÅRET LADE STORA Enso ned pappersbruket i Kvarnsveden efter 120 år. 440 anställda fick gå. Ett dråpslag för en kommun förstås. För Borlänge Energi innebar det nya förutsättningar. Ett industrisamarbete med Stora Enso hade inneburit att restvärme pumpades ut i fjärrvärmenätet.

Borlänges fjärrvärme var länge bland de billigaste i landet. Nu försvann det samarbetet.

– Vi äger pannan i Kvarnsveden själva nu vilket varit förknippat med stora investeringar som, i kombination med bortfallet av restvärmen, lett till ökat pris på fjärrvärmen. Vi ligger ändå långt under medel i Sverige, berättar Mikael Ringi.

DET INTRESSANTA ÄR att förståelsen bland kunderna har varit stor.

I den senaste kundundersökningen märks det i form av MVG för alla affärsområden – trots höjt fjärrvärmepris och allmän oro i elbranschen. Och när det gällde den så kallade NPS-frågan (net promoter score) om kunden kan tänka sig att rekommendera Borlänge Energi till andra trodde Ringi och hans kollegor knappt sina öron.

Mikael Ringi låter, med rätta, stolt när han säger:

– Där var vi outstanding enligt Supportföretaget, med den bästa siffran de någonsin sett i en kundundersökning som svar på den frågan. Det känns förstås fantastiskt!«

BORLÄNGE ENERGI

► Borlänge Energi sköter el, fjärrvärme, stadsnät, vatten, avlopp, dagvatten, avfall, gator, vägar och grönområden i hela stan.

► Borlänge Energi ägs till 100 procent av Borlänge Kommuns Förvaltnings AB.

► I Borlänge Energikoncernen ingår moderbolaget AB Borlänge Energi samt det helägda dotterbolaget AB Borlänge Energi Elnät.

Kundkontakt – på modet i Västervik

Energi till Västervik är namnet på den satsning som nu görs hos Västervik Miljö & Energi. Kundundersökningarna spelar stor roll i arbetet. Vi hälsade på i den klassiska sommarstaden.

FRÅN MODEBRANSCHEN

► **Namn:** Annelie Johansson
 ► **Gör:** Marknadschef på Västervik Miljö & Energi AB
 ► **Bakgrund:** Lång karriär i modebranschen. Hon började på H&M och var med att öppna första butiken i USA. Har sedan varit bland annat global konceptchef på Dressman och global marknadschef på Gina Tricot och kom till Västervik Miljö & Energi närmast från rollen som marknadschef för börsnoterade Venue Retail (som ägde bland annat Rizzo, Accent och Morris) samt förtroendeinvald uppdrag i NK:s marknadsforum.

Västervik Miljö & Energi är inte det första, och säkert inte det sista, energibolaget som vill att de som bor i samhället ska förstå hur mycket bra som görs.

När bolaget 2021 fick en ny vd, Torbjörn Svahn, och i samma veva en ny marknadschef, Annelie Johansson, blev det läge för någon form av nystart. Västervik Miljö & Energi skulle kort sagt sätas mer på kartan.

Annelie Johansson konstaterar:

– Det finns stor kompetens i bolaget. Mycket bra saker görs och har gjorts i bolaget men vi såg en stor potential att i högre grad nå ut till kommuninvånarna med relevant information. En helt ny kommunikationsstrategi har tagits fram, vi kallar den ”Energi till Västervik”.

SJÄLV ÄR HON ny i energibranschen efter en lång karriär med tunga tjänster inom modebranschen i både Sverige och Europa. Erfarenheter hon nu med stor entusiasm tar med sig in i energibranschen. I hennes tidigare bransch är just förmågan att nå kunder en förutsättning för framgång mer än i många branscher.

– Vi har kartlagt våra kanaler och kommunikationsprocesser, och identifierade tidigt att vi i högre grad kunde segmentera vår kommunikation mer målgruppsstyrt. Parallellt med detta tittade vi på hur vi kunde stärka varumärket när det gäller tonalitet och hur vi upplevs.

– I vårt arbete spelar kundundersökningarna en viktig roll. Det material vi får från Supportföretaget gör att vi kan mäta att vi faktiskt utvecklas. Vi har

också tagit till oss av både de siffror och de kommentarer vi fått och arbetar vidare utifrån det, förklarar Annelie Johansson.

NÅGRA EXEMPEL PÅ utvecklingen: en ny hemsida, Mina sidor har blivit tydligare och mer tillgängliga, en app håller på att installeras för att kunna arbeta mer med pushnotiser.

– Appen är ju inget nytt för många bolag men det är nytt för oss och kommer att bli jättebra för våra kunder, säger hon.

– Vi har stort förtroende för Supportföretaget som är ett väldigt lösningsorienterat företag och hjälpt oss med även andra projekt. Supportföretaget håller mycket hög nivå på både kvalitet och service.

När energikrisen slog till kom många frågor från kunderna.

– I det skede vi var med en satsning på att nå våra kunder kändes det extra viktigt att kunna svara. Därför bemannade vi tillfälligt upp. Att anställa någon snabbt blir oftast inte bra och därför tog vi även i det tillfälliga hjälp av Supportföretaget. En av deras medarbetare löste situationen för oss, säger Annelie Johansson.

Om hon börjar bli varm i kläderna i energibranschen?

– Ja, det tycker jag, man blir aldrig fullärd och det är väl tur det? Jag har stor respekt för att det är en komplex bransch, men känner mig trygg då jag är omgiven av extremt duktiga ingenjörer. Det känns mycket givande att kunna bidra med mina kunskaper från en helt annan bransch. ◀



Branschbytare. Annelie Johansson lämnade modebranschen för att bli marknadschef på Västervik Miljö & Energi och utnyttjar sina erfarenheter på det nya arbetet.

FOTO: PETER CEDERLING

Full fart i Kundservice. Teamleader Tora Wikström (mitten) snackar taktik med Rasmus Båge och Klara Olsson. Kundservice hade en tuff period när elkrisen slog till men en strategi för att medarbetarna skulle orka med togs fram snabbt.

FOTO: PETER CEDERLING

**När andra stängde sin kundservice
gjorde Karlstads Energi tvärtom**

Taktiken s



När elpriserna steg ökade trycket på Kundservice hos Karlstads Energi – precis som hos andra energibolag. Många stängde för besök och svarade bara på mejl. Karlstads Energi tänkte tvärtom och ökade bemanningen för att fortsätta kunna ta emot fysiska besök och telefonsamtal. Kanske inte så konstigt att bolaget får höga betyg i kundundersökningarna?

som gick hem »

” Att ta emot arga kunder klarar man men att ta emot ledsna är svårare. Det blev mycket mer rådgivande och utmanande samtal än vi haft tidigare. Många var förtvivlade och berättade livsöden som att de måste sälja sina hus och det var jättesvårt att bemöta. Jag noterade också att folk inte haft kontroll på sina avtal. Det var inte så viktigt tidigare när det handlade om några ören hit och dit.

Karlstads Energi vore inte Karlstads Energi om man inte löste situationen på bästa sätt. Marknadschefen Mia Johansson berättar att medarbetarna på Kundservice utbildats för att hantera svåra samtal.

Dessutom infördes debriefing där man träffades på eftermiddagarna för att dela information.

För arbetet i Kundservice var tufft.

Samtalen blev inte bara fler och längre utan ändrade också karaktär.

– Att ta emot arga kunder klarar man men att ta emot ledsna är svårare, konstaterar Tora Wikström, teamleader på Kundservice och fortsätter:

– Det blev mycket mer rådgivande och utmanande samtal än vi haft tidigare. Många var förtvivlade och berättade livsöden som att de måste sälja sina hus och det var jättesvårt att bemöta. Jag noterade också att folk inte haft kontroll på sina avtal. Det var inte så viktigt tidigare när det handlade om några ören hit och dit.

MÖJLIGHETEN ATT FÅ prata av sig efter arbetspassen var viktig.

Mia Johansson förklarar:

– Då var även kommunikatörer och säljare med för att plocka upp det som kunderna frågade mest om för att snabbt kunna lägga upp information på hemsidan.

Hon betonar att agera snabbt är viktigt – men också att vara ute i god tid.

– Vi var därför tidigt ute och informerade våra kunder om att det kunde bli tufft och uppmanade till att börja planera och om möjligt lägga undan. Det landade inte alltid väl, jag blev kallad både det ena och det andra i olika medier och trådar, säger hon med en lätt suck.

Men med facit i hand visade det sig att företaget agerat rätt.

– Vi ville förvarna i god tid och tog vårt ansvar, konstaterar hon.

KARLSTADS ENERGI RÄKNAR Värmland som sin marknad, en skogs- och stålindustriregion med företag som Stora Enso, Valmet och Färjestads BK förstås.

Mia Johansson trivs i energibranschen i allmänhet och på Karlstads Energi i synnerhet.

– Det är ju i den här branschen allt händer nu. Man

kan knappt gå utanför dörren utan att folk vill prata om energifrågor. Det är roligt att arbeta när det är så stort engagemang.

Karlstads Energi har länge legat högt i kundundersökningarna. Vd Erik Kornfeldt säger:

– Det är jätteviktigt för oss att få återkoppling från kunderna om vad de tycker om oss. Det hjälper oss att bli ännu bättre. Det är viktigt i all vår verksamhet och vi jobbar med ständiga förbättringar.

BOLAGET ÄR NY kund hos Supportföretaget.

– Vi kände att det var dags för något nytt, gjorde en utvärdering och fastnade, efter referenstagnation, för Supportföretaget. Deras intervjuer av kunder lockade, det sticker ut i deras arbete. Förutom att utmana oss lite mer ville vi få ett bättre underlag och få med fler delar av verksamheten. Vi har många stora företagskunder vilket inte är så vanligt för ett energibolag i vår storlek, berättar Mia Johansson.

Intervjuperioden sammanföll med en turbulent tid för energibranschen så visst fanns en viss oro inför resultatet.

Helt i onödan visade det sig.

– Det blev många glädjeskutt när resultatet presenterades, berättar Mia Johansson som uppskattade det stöd de fick inför undersökningen.

– Sedan var också presentationen av resultatet jättebra. Det gav en möjlighet att diskutera fram vad vi ska göra och jobba vidare med. Vi tycker också att samtalen med kunderna, intervjuerna, har varit så bra! Då får man inte bara ja:et och nej:et utan också varför:et.

MEN KARLSTADS ENERGI sitter inte nöjt. De områden där undersökningen visade förbättringsmöjligheter tar man tag i.

Det handlar bland annat om att förbättra webbplatsen och ärendehantering, speciellt när ett ärende skickas vidare i organisationen.

– Vi arbetar med undersökningen i workshopform ute i verksamheten. Vi har också haft stor nytta av den fria inspirationshalvtimme som Supportföretaget erbjöd som en uppföljning. Jag kopplade in vår verksamhetsutvecklare som inte var med på presentationen och det blev en bra diskussion, säger Mia Johansson. «



KARLSTADS ENERGI

- Cirka 160 anställda.
- Redan 1948 distribuerades den första fjärrvärmen – först i landet.
- 2017 blev bolaget först i Sverige att certifieras enligt Schysst elhandel.



Erik Kornfeldt, vd, och Mia Johansson, marknadschef, är nöjda med kundundersökningen. Både resultatet och de utvecklingsmöjligheter den ger.

FOTO: PETER CEDERLING

Mia tog en promenad –för själen

Supportföretagets marknadsanalytiker Mia Åkerman Markgren bestämde sig för att ta en promenad. Hm, varför inte Appalachian Trail i USA?



Mia Åkerman Markgren.

MIAS TRE HÖJDARE

- "Att få upptäcka ett annat land under så lång period och se platser som jag aldrig skulle kommit till om jag inte vandrade."
- "Alla människor jag träffat på. Vi har kontakt fortfarande och många blir nog vänner för livet."
- "Den sista fjärdedelen av leden genom delstaterna Vermont, New Hampshire och Maine var fantastisk! Där fick man ett lugn i själen!"

Sagt och gjort. 353 mil, 14 delstater, sex månader och fem utslitna skor senare var hon tillbaka på jobbet bland analyser, databaser och statistik.

– Jag känner att vandringen gjort att jag tror mer på mig själv och mina förmågor. Den erfarenheten tar jag med mig i arbetet nu. När vi står inför en stor uppgift med massor av material som samlats in och ska analyseras tänker jag som jag tänkte under vandringen. Det handlar om att sätta upp delmål och att ta en bit i taget. Då blir det bra, säger Mia.

Hon hade planerat sitt vandringsäventyr noga men fick det uppskjutet på grund av pandemin. Därför var det en lättnad när hon knöt skorna i delstaten Georgia och började gå mot slutmålet i delstaten Maine.

– Jag åkte ensam men man träffar snabbt nya vänner. Högt uppe på ett berg överraskades jag, och andra, av en storm. Vi kröp in i ett vindskydd och blev sittande där, berättar hon.

När stormen lugnade ner sig fortsatte de – tillsammans.

– Vi blev en grupp som följdes åt ganska mycket. På dagarna gick jag gärna ensam med mina tankar men det var en trygghet att ofta ha bestämt en plats där vi möttes framåt kvällen och slog upp våra tält.

APPALACHIAN TRAIL ÄR inte bara lång utan bitvis väldigt tuff. I totala höjdmeter motsvarar det att ta sig upp och ned på Mount Everest från havsnivå – 16 gånger!

– Jag hade tur som klarade mig från olyckor, det var mest hälsenorna som ömmade, men en del gör förstås illa sig och måste avbryta.

Om det blir nya äventyr?

– Absolut. Fast den här gången inte lika långt. Och inte ensam. Min fru Jenny och jag ska gå Kungsleden i sommar.◀

Någon som undrar varför detta är den mest fotograferade platsen längs Appalachian Trail? McAfee Knob, Virginia, glömmier Mia Åkerman Markgren aldrig någonsin.

FOTO: MATT GRADELESS



Området 100 mile wilderness, Maine. FOTO: MIA ÅKERMAN MARKGREN



Drömcamping i Chestnut Knob Shelter, Virginia.

FOTO: MIA ÅKERMAN MARKGREN



Jaha, då är det bara att börja gå då. 353 mil kvar...



Elin Akinci och Samuel Ciszuk, grundare av ELS Analysis.

FOTO: ELS ANALYSIS

Hallå där, Elin Akinci och Samuel Ciszuk som grundade ELS Analysis. Vilka är ni?

– Vi har båda bakgrund inom energimarknads- och policyanalys. Båda arbetade första halvan av våra karriärer i London, till en början med fokus på Mellanöstern, före detta Sovjet och Centralasien, men möttes egentligen först när vi återvänt till Sverige och arbetade för Energimyndigheten. Där jobbade Samuel främst med försörjningstrygghet, medan Elin fokuserade på internationella energimarknader, båda var dock djupt involverade i Sveriges internationella energisamarbeten.

Hur föddes idén till det här företaget?

– Givet vår energibakgrund inom både privat sektor och statlig förvaltning såg vi att det på ena sidan fanns en god marknadskunskap och på den andra en djup förståelse av policy och dess effekter, men få kunde sammanföra dessa genom att beräkna och prognosticera hur de faktiskt påverkade varandra.

– Samtidigt var det tydligt att vi rörde oss mot en mer regleringsdriven ekonomisk utveckling i och med klimatomställningen, något som dessutom förstärks av den geopolitiska oron och en alltmer fragmenterad omvärld. ELS Analysis skapades för att hjälpa kunder navigera dessa förhållanden för fyra och ett halvt år sedan.

Vilka är era specialkunskaper?

– ELS Analysis verkar i skärningspunkten mellan energi- och råvarumarknader och policy/regleringar. Vi hjälper kunder att navigera en alltmer regelstyrd, men också alltmer osäker omvärld, genom att analysera regleringars effekt på marknaden och

vice versa. Detta sker genom att hjälpa kunder med prognoser kring hur deras affär kommer påverkas av politik- och omvärldsfaktorer, samt hjälp med det strategiska arbetet som följd av detta.

Visst arbetar ni ganska brett?

– Ja, havsbaserad vind och vätgas är två områden där vi tidigt etablerat oss, men hela elsystemet, samt frågor kring marknadsdesign, stödtjänster och efterfrågeanalys är också viktiga områden. Så även de traditionella globala och regionala energimarknaderna, såväl som utsläppsriktmarknaderna och råvaruhandeln är områden vi jobbar inom.

Är det områden som förändras mycket?

– Ja, genom energi- och klimatomställningen växer många av dessa marknader och frågor snarare ihop med varandra än tvärt om, vilket kräver nya typer av analyser och beräkningar. Risker ökar, men så även möjligheter, vilket vi hjälper kunder att förstå och utnyttja.

Hur kan ni hjälpa små och medelstora energibolag?

– De har ofta svårt att bemanna en analys- och strategifunktion med tillräcklig bredd för att hantera både ökade regleringar och marknader som påverkar varandra på nya sätt. I ELS Analysis grundläggande vision ligger att vara en långsiktig partner till aktörer, lära känna deras behov och på ett skräddarsytt sätt kunna hjälpa dem att navigera omställningen och ta vara på de möjligheter som öppnas. Det har visat sig vara ett mycket uppskattat koncept. «

Vindkraftsfrågan kan spräcka regeringen

Vi fick en ny regering efter valet i höstas. Basen i regeringsbildningen var Moderaterna och Kristdemokraterna, med stöd av Sverigedemokraterna. Moderaterna och Kristdemokraterna sträckte aktivt ut handen för att få in Liberalerna i regeringen, vilket SD inte var så glada över.

Till slut fick man ihop konstellationen med M, KD och L med stöd av SD. Sverigedemokraterna hamnade därmed i en guld-sits. Man fick ett stort inflytande över regeringens politik samtidigt som man delvis kunde vara ett oppositionsparti och hålla en viss distans till den förda politiken.

Samarbetet mellan regeringen och SD förhandlades fram genom det så kallade Tidöavtalet vilket reglerar vilka frågor som SD ska ha inflytande över och vilken typ av politik som regeringen ska bedriva inom dessa områden. Energipolitiken var en viktig del av Tidöavtalet.

DET VAR NÅGOT överraskande att Ebba Busch och KD ville ta över energiministerposten. KD, som är ett ganska litet parti med ett medokert valresultat, lyckades omsätta detta i ett omfattande regeringsinflytande med sex ministerposter. Det är en liknande position som Miljöpartiet hade i sin relation till de socialdemokratiska regeringar som leddes av Stefan Löfven. Miljöpartiet hade också ett stort regeringsinflytande trots måttliga valresultat.

Jag tror inte att Ebba Busch fullt ut insåg hur komplicerat energiministeransvaret var. KD:s väljarstöd har krympt i takt med försenade elstöd som har varit krångliga att genomföra; krångligare än vad som utlovades i valrörelsen.



SWÄRDS VÄRLD

Jag tror inte att Ebba Busch fullt insåg hur komplicerat energiministeransvaret var.

Valrörelseretoriken med hyllandet av kärnkraften och problematiserandet av vindkraften har också hamnat i ett magplask. Några investerare har uttryckt intresse för kärnkraften men när vi har nya anläggningar på plats är höljt i dunkel i en avlägsen framtid, några mandatperioder bort. Investerare i vindkraft står dock på kö i långa rader. Mångmiljardbelopp finns tillgängliga inte minst för att bygga ut vindkraftsparker i havet.

VINDKRAFTSUTBYGGNADEN kommer att bli den stora energipolitiska stridsfrågan framöver. Det är en splittrande fråga inom regeringen. SD är mycket skeptiskt till vindkraft, och Moderaterna och KD innehåller starkt vindkraftskritiska opinioner. Frågan har kapacitet att spräcka regeringen, på liknande sätt som kärnkraften spräckte regeringen Fälldin på 1970-talet.

Näringslivets starka stöd för vindkraftsutbyggnaden är dock en viktig faktor som påverkar Moderaterna i vindkraftsvänlig riktning. Försvarsmaktens intressen kommer också att bli en avgörande faktor, de är de största motståndarna mot svensk vindkraftsutbyggnad.

I SKRIVANDE STUND väntar vi på utredningsförslag angående lokala incitament för att bygga ny vindkraft. Det blir en avgörande fråga för att hantera de lokala opinionerna. Utan morötter till berörda kommuner kommer det att vara en rejäl uppförsbacke för nya vindkraftsprojekt. «

Passion för Energis krönikör Stefan Swärd är doktor i statskunskap och har arbetat med energi/miljö i 30 år.

Returadress
Supportföretaget
Stenby 12
731 91 Köping

B

PORTO BETALT
PORT PAYÉ



Dags att genomföra en kundundersökning värd namnet?

Ett 90-tal av landets energibolag väljer Supportföretaget för sina kund- och medarbetarundersökningar – och de blir stadigt fler.

Är ni också nyfikna på oss? Behöver ni också ta ett nytt grepp om era kundundersökningar? Oavsett var i landet ni finns och oavsett storlek på er energikoncern träffar vi gärna er för ett kostnadsfritt möte, antingen ses vi på plats hos er eller via Teams.

Vi lovar dessutom en sak:

Efter mötet kommer vi *inte* att jaga er eller tjata på er om samarbete. Så arbetar inte vi. Vill ni efter kontakten med oss skapa ett samarbete är vi tack-samma, men väljer ni en annan leverantör som känns bättre för er respekterar vi det.

Men börja gärna med ett mejl till oss så tar vi det därifrån: **energi@supportforetaget.se**.



Support Företaget

www.supportforetaget.se
energi@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 i dag eller inte, låt dig inspireras. Varmt välkommen!