

Det politiske klima

Europas største producent af varme og femtestørste producent af elektricitet går foran i kampen for et bedre klima – både ved at have orden i eget hus, men også ved at sende stærke politiske signaler

Af Jesper Winther Andersen

Når man i denne tid tænder for sit TV og tuner ind på en kanal med reklamer, er der stor sandsynlighed for, at man ser en nærmest poetisk og flot reklamefilm, der opfordrer os til at værne om klimaet. Det tankevækkende er, at det er en virksomhed og ikke en regering eller en organisation, der står som afsender. Det er derimod energigiganten Vattenfall, der påtager sig rollen som klimaets moralske og faktuelle vogter og dermed bliver direkte politiske i deres klimabudskab.

-Vi har et kæmpe ansvar, som vi ønsker at tage på os. Vores mission er ikke at gå i rette med hverken erhvervsliv eller politikere eller den enkelte borger, men at bidrage til at vise vejen, siger kommunikationschef Marianne Reedtz Sparrevohn, Vattenfall A/S, til MILJØ MAGASINET.

Den igangværende kampagne er tredje fase af Vattenfalls kampagne fra 2005, Curbing Climate Change. Kampag-

nens første to faser fokuserede på involvering af internationale beslutningstagere. Her beskrev Vattenfall indsatsområder, både geografisk og på brancheniveau, der har størst potentiale i forhold til den overordnede målsætning: At bremse de menneskeskabte klimaforandringer. Disse indsatsområder, samt omkostningerne forbundet med dem, er sammenfattet i Vattenfall Global Climate Abatement Map, et klimaindsatskort, som i dag bruges som udgangspunkt for løsningsforslag på klimakonferencer verden over. Tredje fase, der er sat i gang nu, har til formål at involvere de europæiske borgere i et klimamaniest og hermed opfordre de internationale politikere til øjeblikkelig handling, pointerer Marianne Reedtz Sparrevohn og tilføjer: -Meget tyder på, det bliver en succes. Over 100.000 har på få måneder skrevet under på vores klimamaniest.

CO2-neutral

Klimamaniestet er et led i Vattenfalls målrettede arbejde med at håndtere de globale klimaudfordringer gennem markante reduktioner af CO2-udledning. Vattenfalls vision er at blive CO2 neutral i 2050 ved at fjerne drivhusgasser fra koncernens aktiviteter. Det kræver, at Vattenfall, kunderne og samfundet bevæger sig i samme retning.

-For at synliggøre kampagnen fremstiller vi en orange pla-



Plastikfigurerne er produceret i Sverige. De er 100 % genanvendelige og miljørigtigt produceret. Produktionen af hver figur udleder, hvad der svarer til 0,135 kg CO2. CO2-udledningen ved produktionen kompenseres ved hjælp af køb af udslipsrettigheder. De 12 centimeter høje figurer besøger centrale pladser i Berlin, Hamburg, København, Stockholm og Warszawa inden afslutningen ved klimatopmødet (COP14) i Poznan, Polen, i december 2008. Her vil Vattenfalls koncernchef Lars G. Josefsson overrække klimamaniestet og de mere end hundredtusind underskrifter fra borgerne til politikerne.



Vi er glade for, at så mange borgere støtter vores klimakampagne. Jeg vil gerne sige, at man stadig kan nå at skrive under på klimamaniestet, oplyser Marianne Reedtz Sparrevohn. Læs Klimamaniestet på: www.vattenfall.dk/klimaunderskrift

stikfigur for hver underskrift, vi modtager. Derfor kunne man den 10.-11. november se 100.000 orange plastikfigurer dække en stor del af Rådhuspladsen i København, forklarer Marianne Reedtz Sparrevohn.

Klimamaniestet blev lanceret i Bruxelles den 20. oktober, og siden har foreløbig godt 100.000 borgere i Europa udtrykt deres støtte til manifestets tre standpunkter på Vattenfalls hjemmeside:

1. Vi skal fastsætte en global pris på CO2-udledning. Det skal kunne betale sig at begrænse CO2-udledning.
2. Vi skal i højere grad støtte klimavenlige teknologier. Udvikling af ny teknologi kan virkelig gøre en forskel for klimaet.
3. Vi skal stille klimakrav til produkter. Forbrugernes magt skal styrkes ved at indføre klimamærkning af produkter og højere produktstandarder -Underskrifterne skal være med til at påvirke politikerne



-Vi håber meget, at lovgivningen omkring affald og biomasse ændres, så det bliver lettere at udnytte alt tilgængelig biomasse. Det er en nødvendighed, hvis de ambitiøse nationale mål for vedvarende energi skal nås, siger Jørgen Nielsen og tilføjer:

-Ligesom det internationale klimapanel ser CCS (Carbon Capture and Storage) som en del af løsningen. Og da Danmark er et af de lande i EU, som har bedst mulighed for lagring af CO2 i undergrunden, bør vi være forgangsland. Vi må se i øjnene, at de fossile brændsler vil blive brugt i en rum tid fremover, og det vil være uansvarligt ikke at viderudvikle CCS teknologien. Vi håber derfor, at de danske politikere snart giver opbakning til at anvende det som et Dansk virkemiddel

til at træffe de rigtige beslutninger omkring bekæmpelse af klimaforandringer, fastslår Marianne Reedtz Sparrevohn og fortsætter:

-Opstillingen af de mange orange plastikfigurer er et synligt bevis på, at danskere og europæere er dybt optaget af klimaspørgsmålet og har samme mål som Vattenfall - nemlig handling frem for tale i klimaspørgsmålet.

Danskerne har i særligt grad været optaget af at støtte Vattenfalls initiativ. Opgjort i forhold til indbyggertal har Danmark flere underskrivere end Tyskland, Polen og Finland, hvor kampagnen også kører. Sverige ligger helt i front.

Fejer for egen dør

Vattenfall har som det første større elskelskab i verden forpligtet sig til at være kuldiioxidneutral inden år 2050.

-Alene i Danmark idriftsættes to biomasse anlæg i 2009 – en samlet investering på ca. 2,4 mia, kr., siger Jørgen Nielsen, chef for kvalitet, sikkerhed og miljø i Vattenfall. Jørgen Nielsen tilføjer:

-Og vi vil fra 2007 til 2009 investere over 4 mia. kr. i vedvarende energikilder og energieffektive teknologier – for eksempel biomasse, vindenergi og et projekt, der skal undersøge muligheden for at opsamle og lagre CO2 (CCS).

I forhold til 1990-niveaet har Vattenfall allerede reduceret koncernens CO2-udledning med en tredjedel. I 2030 forventer Vattenfall at have reduceret CO2-udledningen med to tredjedele, og i 2050 skal Vattenfall nå målet om at være næsten 100 procent CO2 neutral.

-Vattenfall vil nå sine mål gennem udvikling og anvendelse af energieffektive teknologier i produktionen samt øget anvendelse af vedvarende energikilder. Samtidig vil koncernen tage ansvar for de indirekte CO2-udledninger ved at stille krav til leverandører om at deklarere produkters og serviceydelsers påvirkning af klimaet. Vattenfalls aktiviteter suppleres af handel med CO2 kreditter gennem Kyoto-protokollens fleksible mekanismer (kvotehandel, Joint Implementation (JI) og Clean Development

Mechanism (CDM)). Det betyder, at CO2-udledninger et sted i verden udlignes med reduktioner i andre lande, forklarer Jørgen Nielsen,

Vattenfall forventer at fordoble produktionen inden 2030. I dag har Vattenfall et energimiks bestående af 45 pct. fossile brændstoffer, 25 pct. vedvarende energi og 30 pct. kernekraft. Målet for 2030 er 40 pct. vedvarende energi, 20 pct. kernekraft og 40 pct. fossile brændstoffer, hvor al produktion af fossile brændstoffer forsynes med CCS-teknologier (opsamling/lagring af CO2).

-Konkret i Danmark har vi omfattende planer for, hvor vi vil sætte ind for at blive CO2-neutrale. Vi er den største vindmøllejer herhjemme og råder over 406 møller. Frem til 2016 investerer vi ca. 32 mia. kroner i vindmøller i Sverige og Danmark. Disse møller vil årligt levere 8 TWh miljøvenlig el - svarende til elforbruget i 1,6 mio. husholdninger, så alene på den konto tager vi lidt af et kvantespring for at nedbringe CO2-udledningen, pointerer Jørgen Nielsen.

Om Vattenfall

I Danmark ejer og driver Vattenfall Amagerværket, Nordjyllandsværket, Fynsværket, de decentrale kraftvarmeværker i Hillerød og Helsingør samt et stort antal vindmøller i Jylland og på Fyn.

Vattenfall er Europas største producent af varme og femtestørste producent af elektricitet. I Danmark beskæftiger Vattenfall knap 700 ansatte. På europæisk plan har Vattenfall godt 33.000 medarbejdere.

Vattenfalls klimamaniest

Vi skal have en global pris på CO2-udledning

Det skal kunne betale sig at begrænse CO2-udledning.

Der er mange muligheder for at reducere udledning af CO2. Med de rette økonomiske incitamenter vil virksomhederne vælge de mest effektive og dynamiske løsninger på klimaproblemerne.

Nar vi fx i vores del af verden pålægger industrien meget væsentlige opgaver med at skære ned på CO2-udledningen, må vi samtidig sikre, at resten af verden ikke kører på frihjul. Der er stor befolkningstilvækst i de voksende økonomier som Kina og Indien, hvilke bevirker en markant stigning i energiforbruget. Vi skal dog sørge for at opbygge et system med en social retfærdig fordeling, der tillader ulandene fortsat vækst og velfærdsfremgang men under bæredygtige vilkår.

Vi skal i højere grad støtte klimavenlige teknologier

Udvikling af ny teknologi kan virkelig gøre en forskel.

Den teknologiske udvikling spiller en afgørende rolle for at få udledningerne bragt ned på et meget lavt niveau. Vi skal derfor fremskynde de mest lovende teknologiske løsninger, som kan gøre en forskel. Vedvarende energi, klimavenlige transportformer og rent brug af fossile brændsler kan gøre en stor forskel (fx lagring og opsamling af CO2).

Vi skal stille klimakrav til produkter

Forbrugernes magt skal styrkes ved at indføre klimamærkning af produkter og højere produktstandarder.

Som forbrugere i dag, ved vi ikke om ét produkt er bedre for klimaet end et andet. Ved at indføre klimakrav og -standarder kan vi med tiden reducere antallet af klimaskadelige produkter på markedet. Gode eksempler på dette er klimavenlige byggestandarder og certificering af klimavenlige biler.

Pålidelig klimamærkning vil støtte forbrugere i at træffe bevidste valg. Energimærkning af husholdningsmaskiner er allerede et godt eksempel.