

Bilag 1: Sammenfatning af forbrugerundersøgelser i København og Brøndby, HOFOR 2014

Forud for HOFORs beslutning om at ansøge om blødgøring af alt vand på HOFORs vandværker, er der gennemført en række undersøgelser til at belyse forskellige aspekter af blødgøring. Et væsentligt element heri har været gennemførelsen af repræsentative og statistisk signifikante forbrugerundersøgelser blandt private samt stikprøveundersøgelser blandt erhvervsvirksomheder i henholdsvis Københavns Kommune (2011) og Brøndby Kommune (2013). Begge undersøgelser bygger på enslydende spørgeskemaer og spørgelister for at kunne sammenligne resultaterne af undersøgelserne, og begge undersøgelser viste, at et stort flertal af forbrugerne, både private og erhverv, ønsker blødt vand frem for det hårde vand ¹.

Desuden fremgik det af undersøgelserne, at privatkunderne i forbindelse med implementering af blødt vand ønsker oplysning om fire kerneområder:

- Hvorfor vil HOFOR blødgøre vandet – motiv og argumenter?
- Hvordan foregår blødgøringsprocessen, herunder brug af kemi, energiforbrug, brug af kalkpellets m.m.?
- Hvilke gevinster er der for samfundet – økonomisk og miljømæssigt?
- Hvilke gevinster er der for den enkelte forbruger – økonomisk og miljømæssigt?

For erhvervsvirksomhedernes vedkommende gælder det, at de først og fremmest ønsker grundig information så tidligt som muligt, da det har betydning for deres eksisterende decentrale blødgøringsanlæg eller eventuelle investeringer i sådanne. Dette gælder især boligselskaber, kontorejendomme, hoteller, idrætsanlæg, hospitaler m.v., hvor det hårde vand har en særlig negativ økonomisk effekt, fordi det indebærer store udgifter til afkalkning og vedligehold af installationer og varmtvandsanlæg. Udover ovenstående punkter ønsker erhvervsvirksomhederne yderligere information om:

- Hvilke konsekvenser får blødere vand for blødgøringsanlæg, maskiner, rør – hvad skal virksomheden tage højde for?
- Hvilke besparelser vil blødgøring af vand give for en virksomhed?

I tilrettelæggelsen af sin kommunikation til forbrugerne vil HOFOR bestræbe sig på i videst muligt omfang at imødekomme de forskellige forbrugersegmenters behov for information om blødt vand som beskrevet ovenfor.

¹ Analyse Danmark: "Københavns Energi. Panelundersøgelse om blødgøring af vand", feb. 2011.

Modus Kommunikation: "Sammenfatning af fem kundeundersøgelser ang. central blødgøring af vand i Københavns Kommune", 15.8.2012.

Analyse Danmark: "Undersøgelse af holdninger til vand i Brøndby Kommune", juni 2013.

Modus Kommunikation: "Kvalitativ undersøgelse ang. central blødgøring af vand blandt erhvervs-kunder i Brøndby forsyningsområde", 29. 8. 2013.