

BLIV LOKAL AMBASSADØR OG SAML OPBAKNING TIL UDBYGNING AF DÆKNINGEN

Lokale ambassadører går forrest i jagten på naboer i lokalområdet, der også ønsker at købe et bredbånds- eller mobilabonnement, hvis et teleselskab forbedrer dækningen.



SÅDAN GØR DU

- 1 Undersøg hvilke teleselskaber der er til stede i området. Brug fx tjekditnet.dk.
- 2 Kontakt flere selskaber og få tilbud på udrulning. Vælg den løsning, der samlet set passer bedst.
- 3 Begynd indsamling af opbakning blandt naboer og få dem til at forhåndstilmelde sig aftagning af abonnementer. Det kan fx ske via en lokal projektgruppe.
- 4 Hold en løbende dialog med selskabet, der holder status på udviklingen i antallet af tilmeldte.
- 5 Selskabet påbegynder udrulning, når et tilstrækkeligt antal kunder har forhåndstilmeldt sig.

Det kan være nemmere at få et tilbud på udrulning af bredbånd eller opsætning af en mobilmast, hvis man er flere i området, der slår sig sammen om at efterspørge en løsning. Det skyldes bl.a., at omkostningerne pr. adresse til udrulning bliver mindre, og selskaberne har sikkerhed for, at der er kunder. Det anbefales, at man kontakter selskabernes erhvervsafdelinger, da de er vant til at lave samlede tilbud. En-

kelte selskaber har også oprettet særlige afdelinger til håndtering af lokale projekter.

PROCEDURE FOR UDRULNING

Mange selskaber har lavet en proces for, hvordan engagerede borgere kan blive lokale ildsjæle. Hvis en

eller flere borgere henvender sig til et selskab med et ønske om fx at få bredbånd rullet ud til området, er den typiske procedure, at selskabet giver et tilbud på dækning. Det er en god idé at få tilbud fra flere forskellige selskaber, som fx bruger forskellige teknologier, så der kan findes den bedste løsning for lokalområdet både økonomisk og teknisk.

Tilbud fra et selskab vil normalt indeholde en præmis om, at der skal være en tilslutningsprocent på fx 60 pct. førend selskabet vil påbegynde udrulningen. Selskabet vil typisk også sende markedsføringsmateriale ud til borgerne i området ligesom, at der er eksempler på, at selskaberne afholder informationsmøder i lokalområdet, hvor borgerne kan møde op og høre mere om udrulningsplanerne og få svar på deres spørgsmål.

LOKALT ENGAGEMENT

Selskabernes indsats er ofte ikke nok. For at samle tilstrækkelig opbakning til et udrulningsprojekt, kan det derfor være nødvendigt, at en eller flere i området går forrest i kampen om underskrifter. Det kan fx gøres ved at tale med beboerne i området gennem

den lokale idrætsforening eller bruge netværket blandt forældre på den lokale folkeskole. Kommunen og lokalpressen kan også involveres, så budskabet når så bredt omkring som muligt.

Der er som beskrevet mange muligheder for at højne interessen for bredbånd i området og meget taler for, at det har en positiv effekt, når dialogen foregår borger-til-borger frem for selskab-til-borger. Erfaringer tyder på, at folk er mere tilbøjelige til at støtte op om et udrulningsprojekt, hvis det kan gavne lokalområdet og naboerne, også selvom man måske ikke selv har behov for en hurtigere forbindelse her og nu.

PROJEKTGRUPPE

Det er en fordel at organisere sig som en lokal projektgruppe, hvor flere kan deles om at vurdere tilbud fra selskaberne, koordinere kontakten til de lokale, følge udviklingen i tilmeldinger, fortsætte dialogen med selskabet osv. Hvis området i forvejen har et bylaug, landsbyråd, bredbånds- eller en antenneforening kan man med fordel starte med at undersøge, om de vil være interesserede i at være med i arbejdet.



EKSEMPEL

ET BORGERINITIATIV PÅ SYDVESTFYN

Lokale ambassadører kan samle opbakning i lokalområder og øge selskabernes interesse i at udbygge dækningen.

30 ambassadører fra landsbysamfund og landdistrikter på Sydvestfyn gik i sommeren 2014 sammen om at få fiberbredbånd til ca. 900 husstande i et større område, som dækker en stor del af Sydvestfyn og hele Helnæs.

Som noget af det første tog en lille borgergruppe kontakt til EnergiFyn, som skitserede projektets geografiske udstrækning og linjeføring, og EnergiFyn satte et krav om 55 pct. tilslutning. Der blev fundet ildsjæle fra alle de inkluderede områder, herunder beboer- og foreningsformænd samt meningsdannere og området blev opdelt i mindre områder med områdeansvarlige. De ansvarlige gik fra dør til dør og uddelte lokale informationskri-velser samt tilmeldingsblanket fra EnergiFyn. Derudover udsendte

kommunen en pressemeddelelse og EnergiFyn afholdt sammen med den lokale fibernetgruppe to informationsmøder i Helnæs og Snave Forsamlingshus, som havde stor interesse. Det endte med 65 % tilslutning i området til fibernet, som siden blev etableret.

PROJEKTOMKOSTNINGER

Der var ingen økonomiske omkostninger for kunderne forbundet med de forudgående undersøgelser og selve projektarbejdet.

De kunder, som tilmeldte sig, betalte 1.995 kr. (for grav selv-etablering) eller 2.995 kr. (for fuld etablering). Introduktionspakken til private kunder (50/50 Mbit/s forbindelse) kostede 179 kr. om måneden de første seks måneder, og alle kunder forpligtede sig til at tegne abonnement for mindst seks måneder. Efter de første seks måneder steg prisen til den normale pris, som i oktober 2015 var 279 kr. pr. md. Den samlede pris for etable-

ringen pr. kunde blev således 3.069 kr. (inkl. de første seks måneders abonnement), for dem, som valgte at grave selv, og for dem som valgte fuld etablering blev prisen 4.069 kr. Det er i den forbindelse værd at bemærke, at prisen for 'fuld etablering' var ens for alle husstande, uanset hvor stort et gravearbejde der var forbundet med af fremføre kablet til ejendommen. På den måde blev det muligt at etablere fibernet i alle ejendomme – også den ejendom, som ligger langt ude på landet for enden af en markvej.

Hvis du vil vide mere om projektet på Sydvestfyn kan du kontakte [Peter Løvgren](#) fra Fibernetgruppen.

SE FLERE LIGNENDE EKSEMPLER

Der findes rigtig mange eksempler på, at lokale har fået en løsning til deres område ved at slå sig sammen. Energistyrelsen har samlet de mange gode eksempler på et kort, som du finder i guidematerialet.