

Solvärmen en miljardindustri

AV STAFFAN NYSTRÖM

Solvärme betyder big business bara den utnyttjas maximalt. Om 340.000 småhus som är oljeeldade ska byta energisystem för 100.000 kronor vardera betyder det en marknad på 34,5 miljarder kronor. Om 600.000 villor står inför att byta varmvattenberedare betyder det en marknad på 15,5 miljarder kronor.

- Det finns alltså stora pengar att tjäna för solvärmeindustrin, menar Lars André, ordförande i Svenska Solenergiföreningen.

Nyligen hölls ett kick-off-möte för solenergi i Borås med namnet Soluppgång i Väst.

- Det är utmärkt med typen av träffar för att bredda nätverket, sprida kunskap om solenergin och för att öka medvetenheten och engagemanget, säger Lars André.

Solenergi - eller solvärme - är mycket en attitydfråga. Marknadsinstrumenten finns med färdiga produkter och ett generöst bidrag på maximalt 7.500 kronor som varar till och med utgången av 2007.

- Det är ett bra bidrag som baseras på prestanda och inte kostnaden, vilket är bra, säger Lars André.

- Möjligen kan man kritisera



- Det är mycket en attitydfråga att satsa på solvärme. Det måste föras en långsiktig och medveten politik för att den ska få ett genomslag, menar Lars André, ordförande i Svenska Solenergiföreningen.

bidragssystemet för att det enbart gäller privatpersoner och därmed missgynnar större projekt.

Attitydfråga

Det som saknas idag är utbildning - bland installatörer och en attitydförändring hos beställarna. Med beställare menas inte enbart privata villaägare utan de stora byggbolagen.

- Vi måste bli bättre på att missionera för solenergin så att de stora byggtreprenörerna lägger in

solvärme som standard i nyproduktion, menar Lars André.

Han är optimistisk när det gäller solvärmen som idag bara svarar för 0,05 terrawattimmar av den totala energibalansen.

- Jag tror att solvärmen på sikt kan svara för en tredjedel av uppvärmningsbehovet i landet. Då talar vi om en period på 15-20 år, säger Lars André.

- Dessutom tror jag att det är fullt möjligt att solenergin kan komma upp i samma mål som för vindenergi - dvs upp mot 10 Twh och varför inte ännu mer, säger han.

Föregångare när det gäller solenergi i Europa är Tyskland och Österrike som driver en långsiktig och målmedveten politik på energiområdet.

Ketchupeffekt

- Det är mycket en attitydfråga och utgår från politiska styrmedel, men också från en medvetenhet hos byggtreprenörerna, säger Lars André.

Solenergimarknaden har kännetecknats av en viss turbulens, men solvärmen vinner mark. Ifjol var det bästa året hittills med 20.000 kvadratmeter installerade solfångare och i år räknar branschen med att öka till mellan 25.000-30.000 kvadratmeter nya solfångare.

- Branschen växer sakta men säkert. Det alla nu väntar på är en ketchupeffekt. Den måste till om vi ska nå upp till samma mål som gäller för vindkraften, säger Lars André.