

VIRKEMIDLER for udbredelse af solvarme

Information og uddannelse

Faktablad V04, side 1 af 2, 2011-08-19



Sektor:	Alle
Målgruppe:	Alle

Barrierer:

Selvom solvarme er en rimelig udbredt teknologi er der stadig mennesker der ikke kender forskel på solvarme og solceller. Og indgående kendskab til reelle fakta om solvarme - og dermed et godt beslutningsgrundlag for evt. at installere solvarme - er en udbredt mangelvare på alle niveauer.

Ny viden og forskningsresultater når ikke ud til de der kan bruge og omsætte denne viden til bedre/billigere produkter

Mål:

- Udbrede kendskab til solvarme som en mulighed der skal overvejes i varmforsyningen.
- Udbrede kendskab til reelle fakta om solvarme.
- Udbrede ny viden om solvarme fra ind- og udland til især professionelle aktører.
- Inkludere solvarme i uddannelser på alle niveauer.

Handlinger:

Stille krav om at information om og undervisning i solvarme i grundskoler og relevante tekniske uddannelser på alle niveauer.

Oprette (flere) informationstjenester for boligejere.

Oprette videncenter for producenter og rådgivere.

Organisere såvel brede offentlige kampagner som kampagner målrettet specifikke målgrupper (se skema næste side).

Begrundet i disse anbefalinger foreslås det her at der de næste 5 år afsættes **særlige puljer til information og uddannelse på solvarmeområdet.**

Aktører

- Skoler og uddannelsesinstitutioner.
- Teknologiske institutter.
- Energitjenesten.
- Undervisere og eksperter.
- Installatørforeninger.

Vurderet effekt

Det antages at veltilrettelagte kampagner, såvel brede som målrettede vil kunne øge interesse og udbredelse væsentligt på ret kort sigt, specielt i forbindelse med andre virkemidler som f.eks. støtte og finansieringsordninger.

Informationscentre vil medvirke til at fastholde og øge interessen hos boligejere m.v..

Videnscentre vil medvirke til at fastholde og øge interessen hos professionelle aktører.

En øget indsats på uddannelsesområdet vil virke på lagt sigt.

Tidsplan/varighed

Der afsættes særlige puljer for informationskampagner de næste 5 år. Mod slutningen af denne 5-år periode vurderes behovet for puljer fremover.

Der oprettes et videnscenter for producenter og rådgivere (evt. i forbindelse med en kvalitetssikringsordning).

Budget

Det vurderes at et budget på ca. 10 mio. kr. årligt til informationsformidling og uddannelse vil kunne dække de nødvendige aktiviteter.

Effekt af tiltag

Tiltaget er samlet set vurderet til at have en god jævn effekt på både kort og lang sigt. En væsentlig indsats på informationsområdet er i øvrigt nødvendig for at få fuld effekt af de øvrige virkemidler.

Se også skema på næste side for de forskellige tiltag, deres målgrupper og kort-/langtidseffekt.

VIRKEMIDLER for udbredelse af solvarme

Information og uddannelse

Faktablad V04, side 2 af 2, 2011-08-19



Målgrupper:	Bred offentlig kampagne	Målrrettede kampagner	Eksist. uddannelse	Efter-uddannelse	Info-centre	Videns-centre
Potentielle købere af mindre anlæg: Boligejere	x				x	
Potentielle beslutningstagere for køb af større anlæg: Teknisk/administrativt personale på: - institutioner, - tekniske forvaltninger, - boligselskaber, - virksomheder, - fjernvarmeselskaber, - hoteller, - campingpladser, - ...		x			x	x
Skoleelever - folkeskole/gymnasium		x	x		x	
Skolelærere - folkeskole/gymnasium		x		x	x	x
Elever på tekniske skoler		x	x		x	
Lærere på tekniske skoler		x		x	x	x
Studerende på universiteter og arkitektskoler		x	x			x
Lærere på universiteter og arkitektskoler		x	x			x
Nuværende installatører			x	x		x
Potentielle installatører		x	x	x		x
Nuværende distributører				x		x
Potentielle distributører		x			x	x
Nuværende producenter			x	x		x
Potentielle producenter					x	x
Ingeniører			x	x		x
Arkitekter			x	x		
VIRKER PÅ KORT SIGT	+	+		+	+	(+)
VIRKER PÅ LANG SIGT	(+)	(+)	+	+	+	+

Skema 1. Relevante informations- og uddannelsesiltag for forskellige målgrupper - og tidshorisonter for virkning.