

# Lokala faktorer och spridning av solceller

**iiiee**

THE INTERNATIONAL INSTITUTE FOR  
INDUSTRIAL ENVIRONMENTAL ECONOMICS

**Alvar Palm**  
**alvar.palm@iiiee.lu.se**



# Kända lokala faktorer

- Ekonomi (solinstrålning, elpris, bidrag)
- Regler (bygglov etc.)
- Lokala aktörer
- Lokala kampanjer/informationsinsatser
- "Peer effects" (kamratpåverkan)

# Lokala aktörer

- **Entreprenörer**
- **Kommunen** – bygglov, information
- **NGOs** – kampanjer, information
- **Eldsjälar** – visar, pratar, syns i lokalmedia
- **Kooperativ**
- **Energibolag** – kan både hindra och driva utvecklingen

# Lokala kampanjer/informationsinsatser

Fungerar – ger fler installationer!

Gör störst skillnad om solceller är *hyggligt*  
lönsamma

- vid *låg* lönsamhet nappar få oavsett info
- vid *hög* lönsamhet sprids info som löpeld utan insatser

Fungerar bättre om lokala personer (med goda sociala nätverk) engageras

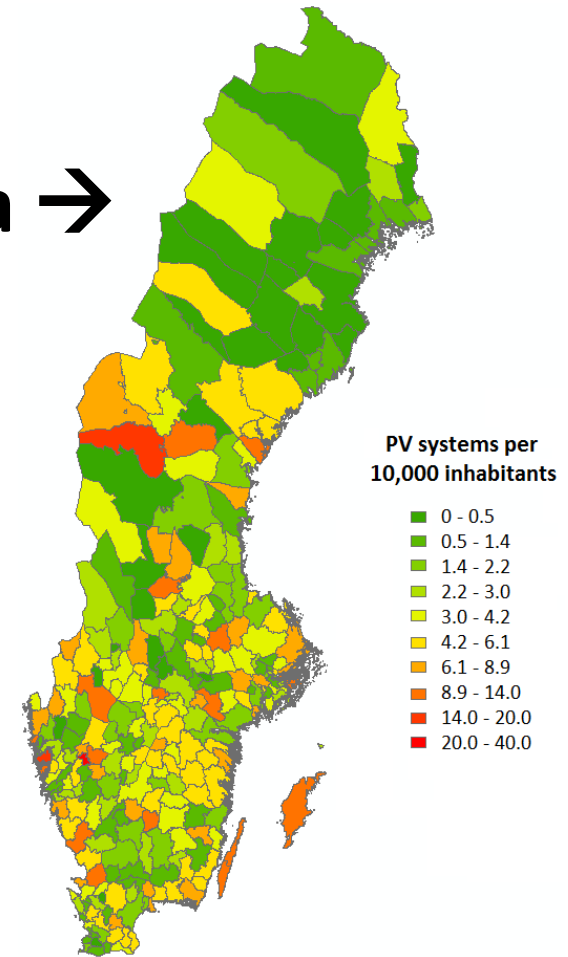
# Stora lokala skillnader inom Sverige – varför?

Installationer/capita →

Synbarligen homogena förhållanden över landet...

Inget uppenbart samband mellan solcellstäta kommuner...

...vad beror skillnaderna på?



# Stora lokala skillnader inom Sverige – varför?

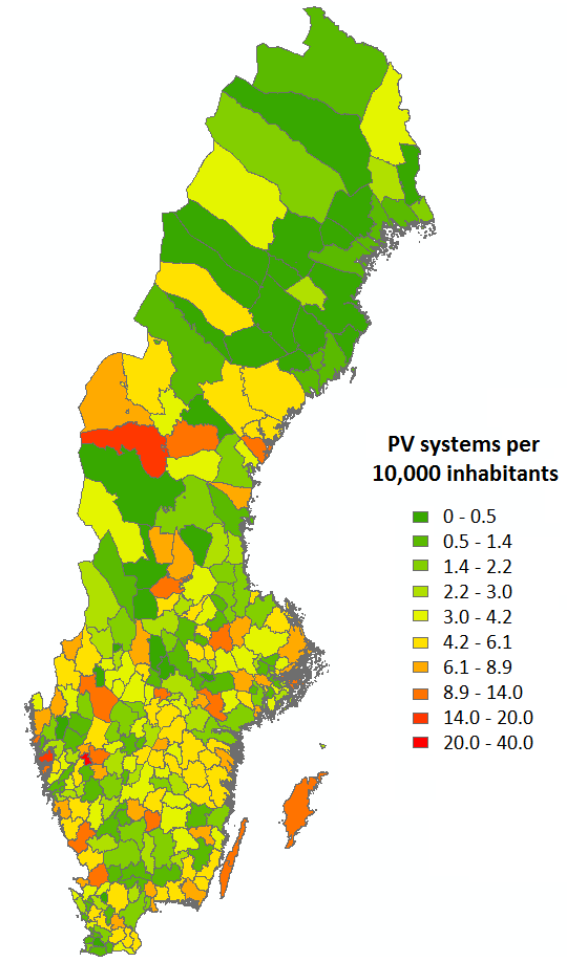
Jämförande fallstudier:

- Fem solcellstätaste kommunerna (Berg, Essunga, Orust, Sala, Vaxholm)
- 50 solcellsglesaste kommunerna
- Google, enkäter, intervjuer...

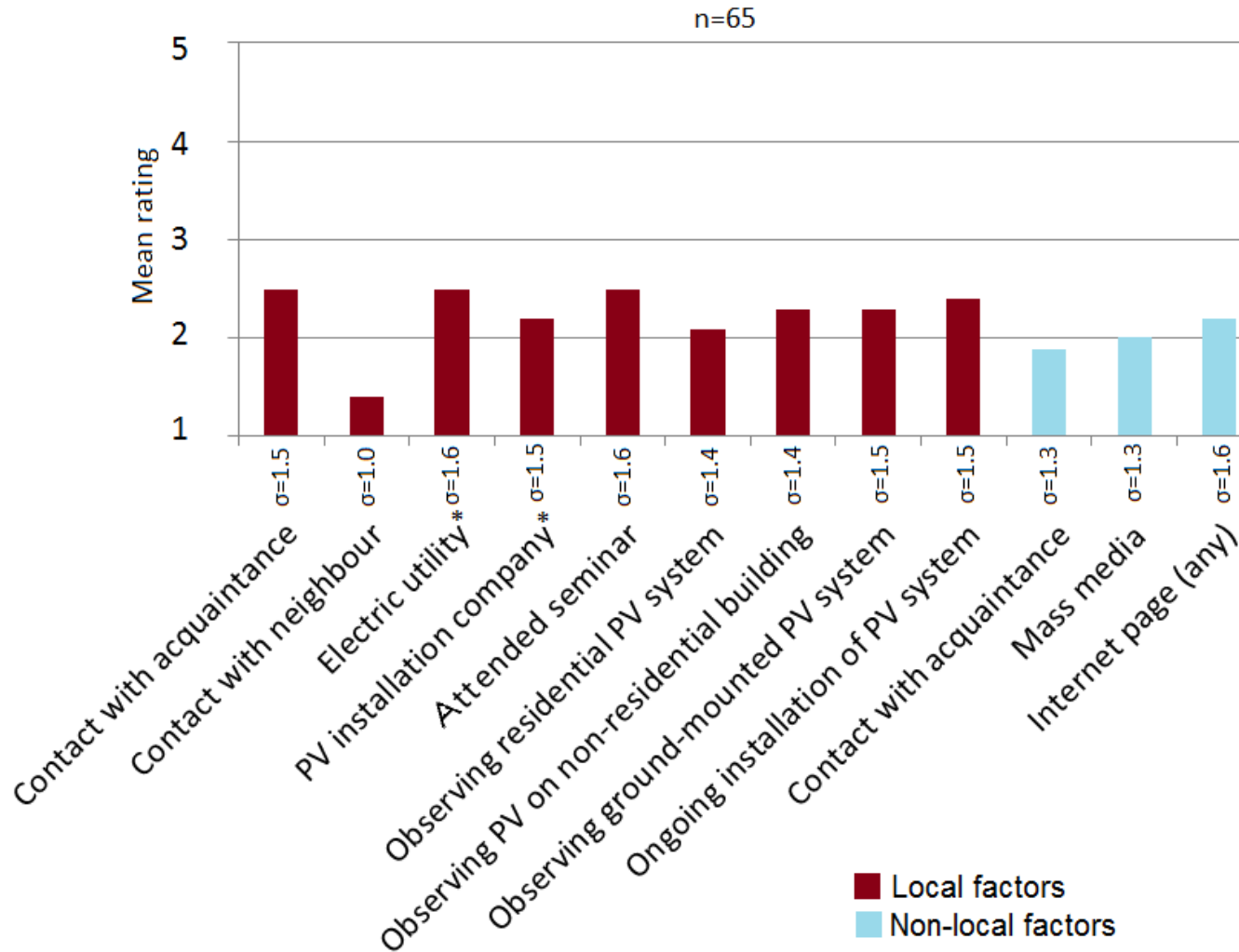
Lokala initiativ i alla solcellstätta kommunerna:

- Energibolag (trol. viktigast)
  - informationsinsatser
  - marknadsföring/försäljning av solcellsanläggningar
  - köp av överskottsel
- Entreprenörer
- Kooperativ
- *Föregick* marknaden – trolig *orsak*

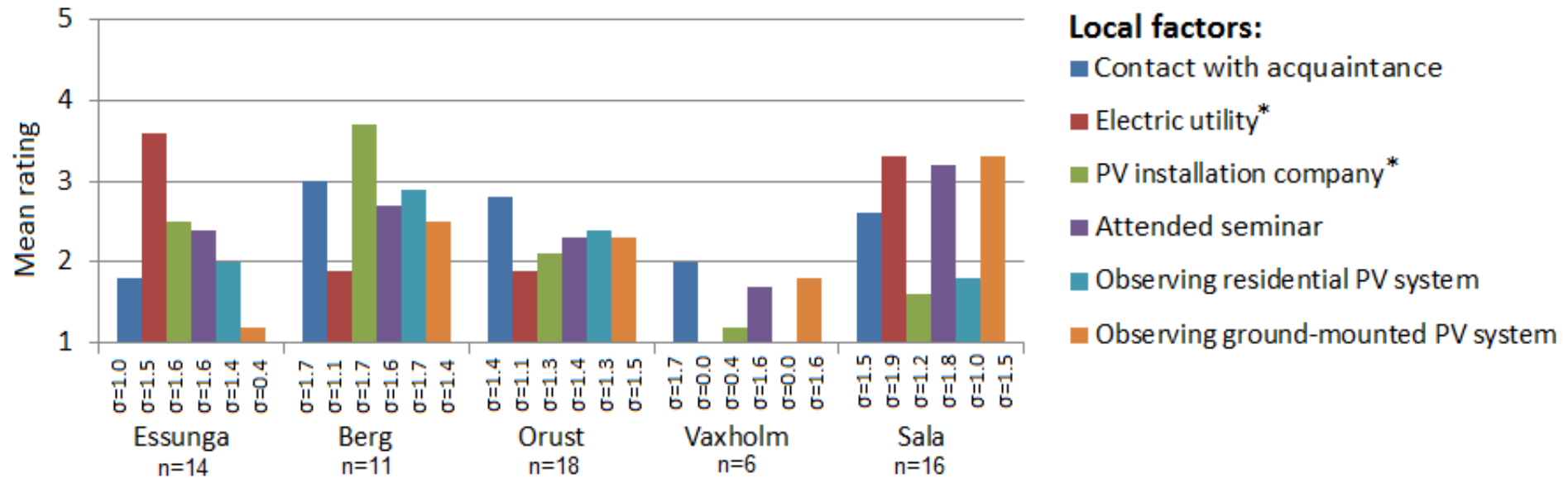
I de solcellsglesa kommunerna hittades inga initiativ



# ”Vad fick dig intresserad av solceller?”



# ”Vad fick dig intresserad av solceller?”





# ”Peer effects” – social påverkan i vardagen

Peer: granne, kollega, vänner, familj (ej försäljare etc.)

Kvantitativa studier (USA, Tyskland): solcellsinstallation ger ökad sannolikhet för ytterligare installationer i grannskapet

Hur sker påverkan?

- Passivt: man ser varandras anläggningar
- Aktivt: man pratar med varandra
- Vissa personer har större förmåga att påverka (”opinion leaders”)
- Bekräftelse:
  - Tekniken funkar som den ska
  - Lätt att använda
  - Lite krångel/underhåll
- Tillförlitlighet:
  - Ej vinstintresse
  - Samma situation som en själv: husägande privaterson
- *Komplement* till andra informationskällor (t.ex. installatörer)

# Policyimplikationer?

Kommuner:

- Bygglov:
  - info lätthittad på hemsidan
  - kort handläggningstid
  - låg avgift/osäkerheter
- Informationsseminarier med lokala aktörer
- Påverka ert lokala energibolag

Utnyttja ”peer effects”?

- Hur får vi ”opinion leaders” att skaffa solceller?
- Bjud in lokala solcellsägare till seminarier
  - talare
  - samtalsgrupper
- Organisera hembesök hos solcellsägare

# Tack!

**Alvar Palm**  
**alvar.palm@iiee.lu.se**