

# Energirenovering og varmekonvertering i private husstande

Hvordan antropologiske indsigter om barrierer, behov og brugeradfærd, kan understøtte energirenoveringer og varmekonverteringer hos boligejere og lejere.

v/ Ingeniør, Line Nørmark

# Om Transition

## Tværfaglighed som udgangspunkt

- 🕒 Konsulentvirksomhed, der blev etableret i 2014
- 🕒 Beskæftiger antropologer, ingeniører, energirådgivere, designere og forretningsudviklere
- 🕒 Bruger antropologi, tekniske energiscreeninger og energirådgivning i samspil for at forstå og understøtte borgernes beslutning om at energirenovere, bedst muligt.

## Energirådgivning i private husstande

- 🕒 Energirådgivning er en af grundstenene i vores arbejde
- 🕒 Energirådgivning i form af telefonisk rådgivning i regi af Energistyrelsen
- 🕒 Energitjeks i almene boligforeninger og hos private boligejere
- 🕒 Antropologiske målgruppeindsigter og forståelser af beslutningsprocesser danner baggrund for energirådgivningen

# Metode

## Antropologi og kvalitative studier

- Antropologisk teori – praksisteori: ny/øget viden skaber ikke ændrede praksisser, men praksis og det at ændre praksis skal forstås i relation til livsstadier, forestillinger om det gode liv og det at skabe et hjem.
- Kvalitative metoder som interviews og observationer giver indblik i disse praksisser – og hvordan de kan ændres.

## Energiscreeninger og -rådgivning

- Teknisk gennemgang af boligen/boligforeningen – alt fra klimaskærm til opvarmningsform.
- Hvor er der potentiale for energioptimeringer eller konverteringer?
- Opfølgende rådgivning er afgørende for at hjælpe borgerne i mål med de foreslåede renoveringer

# Opbygning

## Ejere

1. Vidensgrundlag og målgruppeindsigter
2. Eksempel på undersøgelse blandt naturgasfyrsejere

## Lejere

1. En særlig målgruppe
2. Potentialer og barrierer

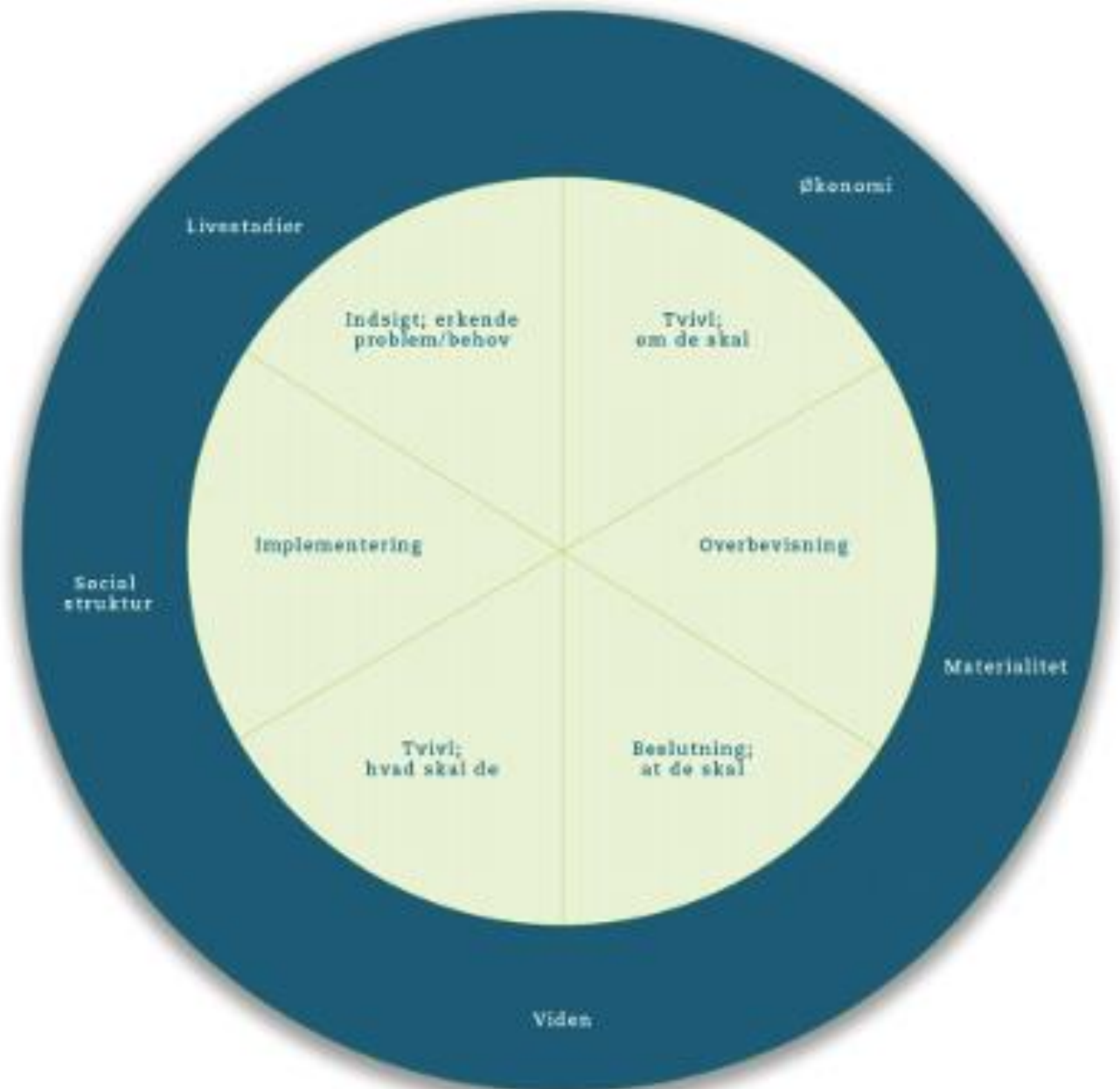
# Ejeren: Viden og målgruppeindsigt

Antropologiske studier af boligejeres barrierer og motivationer ift. energirenoveringer og konvertering af varmeform

# BESLUTNINGS- HJULET

Katalysatorer:

- Opfølgningseffekt
- Naboeffekt
- Fællesløsningseffekt



# De seks personaer



Den travle borger



Konkurrencemennesket



Handymanden



Den ordentlige borger



Den sparsommelige borger



Verdensborgeren

# Eksempel på undersøgelse: Valg af opvarmningsform i private husstande

## Antropologi og kvalitative studier

- 🗨️ 12 kvalitative interviews - valg af opvarmningsform: Konvertering til varmepumpe eller nyt naturgasfyr
- 🗨️ Spredning geografisk for at repræsentere lokale forskelle, men fokus på områder med mange naturgasfyr
- 🗨️ Forskellige byggeår for deres hus for at repræsentere forskellig byggestand
- 🗨️ Aldersspredning blandt informanterne fordi livsstadier har meget at sige



# Varmepumpen eller naturgasfyr?

*"Jeg er nysgerrig på, hvad der rør sig. Det er jo ikke en hemmelighed, at man gerne vil udfase gassen og olien. Jeg kunne godt skifte til et nyt gasfyr, men så tænkte jeg, at politisk blæser vinden en anden vej, og så kan gaspriserne også gå en helt anden vej."*

(Varmepumpevælger, 45 år).

*"Jeg ville jo gerne have været så grøn som muligt, men varmepumpen kostede lige det dobbelte cirka, og det nye gasfyr var jo trods alt også mere energieffektivt, så helt dårligt er det ikke miljømæssigt"*

(Gasfyrvælger, 50 år)

*"Det er svært at komme af med huse i den by, vi bor i. Så for at fremtidssikre huset og for at få en lille smule af vores penge ud i sidste ende, ville vi gøre noget energimæssigt. Hvis der kommer en ung familie og vil købe huset, kan vi sige, der er både brændeovn, solfangere og varmepumpe, så I behøver slet ikke spekulere på noget og det er billigt i drift."*

(Varmepumpevælger, 69 år)

*"Vi kunne meget hurtigt se, at vi ikke havde økonomien til det, så vi ville ikke bruge tid på at sætte os nærmere ind i det. Hvis vi ved, at vi ikke har råd til i det hele taget at købe den, synes jeg, det er spild af tid."*

(Gasfyrvælger, 31 år)

# Hovedpointer

## Afhjælp akutte situationer:

- Nødvendig udskiftning bør påpeges i så god tid som muligt.
- Overvej hvordan der kan skabes incitament hos installatøren, der servicerer gasfyr, til at nævne varmepumpen som mulig løsning.
- Oplysning i sommersæson, så tankerne plantes inden en akut situation opstår om vinteren.

## Spil på vigtige motivationsfaktorer:

- Viden om udfasning af gasfyr
- Fremtidssikring
- Klimavenlig løsning
- God økonomi på lang sigt.

# Hovedpointer

## Skab overblik over økonomien:

- 🗨 Et nemmere overblik over den totale økonomi (tilbagebetalingstider, tilskud, fradrag).
- 🗨 Udbred viden om varmepumper på abonnement: fordelene er den lave engangsinvestering, bekvemmelighed og service.

## Sociale strukturer og varmepumpe i aktion:

- 🗨 Giv grundejerforeninger og lignende sociale strukturer en rolle i vidensdelingen.
- 🗨 De gode historier skal formidles, fx i boligområder, så en varmepumpe kan ses i "aktion" hos naboer.
- 🗨 Vise varmepumpen i "aktion" hos tidligere kunder. Dermed er andre garanteret for installatørens rådgivning, så denne ikke "kun" opfattes som sælger.

# Lejeren: Inddragelse og fælles løsninger

Antropologiske studier og indsigter om energireoveringer og konvertering af varmeform i almene boliger

# En særlig målgruppe

- En særlig organisation: Vigtigt at forstå foreningens beslutningsprocesser
- Mange boligejere med forskellige holdninger: Vigtigt med inddragelse af beboerforening, bestyrelse, beboerdemokrati
- Forstå demografien: hvordan er området for boligforeningen, hvordan er beboersammensætningen?
- Reboundeffekt: Forventede besparelser realiseres ikke grundet ændret beboeradfærd, derfor er det vigtigt med beboerinddragelse

# Potentialer og barrierer

- 🕒 Ensartet bebyggelse og mange boliger indenfor hver forening – store besparelses- og optimeringspotentialer.
- 🕒 Udvikling af best practice og gode skaleringspotentialer indenfor kommunen.
- 🕒 Økonomi kan være en udfordring: huslejestigninger kan være nødvendige
- 🕒 Motivationsfaktorer: højere komfort, forbrug betales individuelt, denne udgift kan reduceres
- 🕒 Driftsfolk: lokale driftsfolk kan være ildsjæle eller kræve ekstra uddannelse/motivation

# Det kommunale perspektiv

# Hvordan kan du som kommune bruge indsigterne?

## Ejere

- Målrette kommunikation til borgerne ud fra forskellige målgruppeindsigter fx et borgermøde til nye husejere eller til gør-det-selv typen
- Fremhæv de gode eksempler – lokale ildsjæle eller ambassadører, der kan fortælle om deres oplevelse med fx en varmepumpe
- Anvend forskellige argumenter: økonomi, klima, komfort, indeklima osv.

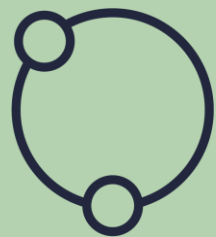
## Lejere

- Understøt fælles løsninger fx fælles uddannelsesforløb for driftsfolk på tværs af boligforeninger
- Lav pilotprojekter i enkelte boligforeninger for at få best practice cases
- Understøt netværk på tværs af boligforeninger for erfaringsdeling



# Tak for opmærksomheden

Ingeniør og Partner, Line Nørmark



**Transition**