

## Passivhus gör Paroc aktivt

**Passivhusens förutsättning, 40-50 centimeter tjocka väggar, får isoleringsföretagen att samfällt göra vågen. Finska jätten Paroc ser affärsmöjligheter och gör en massiv kampanj mot återförsäljare och konsument. Med miljö- såväl som ekonomiska argument ska den öka viljan att isolera.**

● – Tilläggsisolering kan göra att en villa får två ton lägre koldioxidutsläpp per år, säger Stefan Sundqvist, säljare på Paroc.

Han har informationsmöte med ett tiotal utesäljare på byggvaruhandeln Fredells i Nacka. Stefan startar i klimatfrågan och benär ut vad växthuseffekten innebär, han tar upp politiska beslut från Kyotoprotokollet till nya BBR.

Därifrån landar han i Parocs koncept Energiklokt hus. Det är ett lightvariant av passivhus, med samma utgångspunkt: att minimera behovet av tillförd värme. Främst riktar det sig mot villaägare som antingen har tröttnat på att elräkningen blir högre och högre eller vill dra sitt strå till klimatstacken (eller både-och) och därför ska göra något åt sitt hus.

Och då ska man börja med att minska värmebehovet, är Energiklokt Hus-budskapet – det vill säga tilläggsisolera. Därefter kan man titta på vilken energikälla man ska ha.

Paroc har ett åtgärds paket för återförsäljare där steg 1 är det som Stefan Sundqvist ägnar sig åt: informationsmöten. Är säljaren mer engagerad erbjuds djupare utbildning i bland annat beräkningar i steg 2, där man blir certifierad återförsäljare. Steg 3 innebär att åter-



Stefan Sundqvist är säljare åt Paroc i Uppland och Sörmland. En del i jobbet är att hålla informationsmöten om konceptet Energiklokt hus.

försäljaren lär sig jobba med värmekamera för att visa kunden energiförlusterna.

– Det känns som om det här med isolering är lite jobbigt, säger säljaren Anders. Antagligen är det för stort ingrepp, i stället lägger folk ner jättemycket pengar på nya fönster. Fönster har blivit en trend.

Han och övriga utesäljare på Fredells har inte märkt något jättestort miljöintresse hos kunderna, men lyssnar gärna på Stefan Sundqvists resonemang och ställer en hel del frågor. Och Lasse Carlsson fortsätter gärna med utbildningen, meddelar han Stefan Sundqvist när mötet är slut.

– Jag tror det här kommer, byggarna kan använda miljö som försäljningsargument, säger Lasse Carlsson.

ELISABET NÄSLUND

**”Byggarna kan använda miljö som försäljningsargument.”**

LASSE CARLSSON,  
UTESÄLJARE PÅ FREDELLS

