

„Solar – na klar!“ contra „Initiative Solarwärme plus“

# Solarkampagnen im Wettstreit

Viele SHK-Betriebe waren verwirrt, als sie am 27. Mai zunächst ein Werbe-Fax von „Solar – na klar!“ bekamen und einen Tag später ein Fax vom ZVSHK zur Registrierung bei der „Initiative Solarwärme plus“. Warum gibt es auf einmal zwei Solarinitiativen? Was ist geschehen? Nachdem die auf drei Jahre befristete Kampagne „Solar – na klar!“ Ende 2001 ausgelaufen war, hat sich im Frühjahr 2002 ein Arbeitskreis gebildet, um über ein neues Kampagnenkonzept zu beraten. In der zweiten Maihälfte kam es dann zum Bruch. Der ehemalige Projektleiter von „Solar – na klar!“, der B.A.U.M. e.V., schied aus dem Kreis, der sich heute „Initiative Solarwärme plus“ nennt, aus. Die Mitglieder der neuen Initiative sind die Solarverbände DFS und BSE, der ZVSHK, die Deutsche Energieagentur sowie die Ruhrgas AG.



Differenzen zwischen den Kontrahenten gab es vor allem in bezug auf die inhaltliche Ausrichtung der künftigen Kampagne. Die „Initiative Solarwärme plus“ will erst 2003 mit einer neuen, großen Marketingkampagne für Solarwärmeanlagen starten, um diese derzeit sorgfältig vorbereiten zu können. Im Jahr 2002 soll in erster Linie Öffentlichkeitsarbeit durchgeführt werden. B.A.U.M. ließ verlauten, daß man nicht gewillt sei, die Kampagne bis 2003 weiter auf Sparflamme zu fahren.

Deshalb wurde angekündigt, unter dem bekannten Label „Solar – na klar!“, eigene Aktivitäten durchzuführen.

Damit B.A.U.M. sein Vorhaben finanzieren kann, sollen Handwerk und Industrie in den Geldbeutel greifen. So kam es zu der eingangs erwähnten Fax-Aktion. Darin wird den Handwerkern angeboten, für einen Monatsbeitrag von 15 Euro Teilnehmer bei der Folgekampagne „Solar – na klar!“ zu werden.

Im Fax-Angebot verbirgt sich allerdings ein Pferdefuß. So rechnet B.A.U.M. mit einer finanziellen Gesamtbeteiligung von Herstellern und Handwerk in Höhe von rund 400 000 Euro pro Jahr. Sollte dieser Betrag nicht eingenommen werden – was durchaus wahrscheinlich ist, weil die Unterstützung der Branchenverbände fehlt – wolle man „die Leistungen entsprechend anpassen“. Nicht nur, daß nirgendwo hervorgeht wie diese Anpassung

aussieht, wirkt irritierend. Es gibt auch keine Hinweise darauf, für welche Aktivitäten genau und in welchen Größenordnungen das eingenommene Geld verwendet wird und wer den Mitteleinsatz überprüft.

In der Vergangenheit hat „Solar – na klar!“ zweifelsohne einen wichtigen Anteil am Aufschwung der Solarthermie geleistet. Die Fortführung der bisherigen Kampagne nur durch B.A.U.M., also ohne die Branchenverbände und ohne ein neues Konzept, ist jedoch ein Auslaufmodell. Die eindeutig besseren Perspektiven bietet die „Initiative Solarwärme plus“ mit einem starken Partnerpool. Vorausgesetzt, es gelingt ihr, ein überzeugendes Konzept auf die Beine zu stellen, das sich zum einen stärker auf die Marketingaspekte ausrichtet, und das zum anderen professionell vorbereitet und durchgeführt wird.

Eine verwirrende Situation ist aber nicht nur durch die Existenz von zwei Solarkampagnen entstanden, sondern auch dadurch, daß allein B.A.U.M. die Rechte am Logo „Solar – na klar!“ besitzt. Welche Konsequenzen dies für Handwerksbetriebe hat, die sich dort nicht registrieren, die früher gekauften Materialien aber weiter nutzen, ist derzeit noch unklar. Vielleicht siegt aber bei B.A.U.M. die Vernunft, und man entschließt sich, die neue Kampagne der „Initiative Solarwärme plus“ doch noch zu unterstützen. Dies könnte beispielsweise dann eintreten, wenn es nicht genügend zahlende „Solar – na klar!“-Teilnehmer gibt.

Die SBZ-Redaktion möchte mit den Inhalten dieser Ausgabe Ihr Solarengagement, liebe Leser, unterstützen. Wieder steigende Solar-Umsätze wünscht Ihnen

Jürgen Wendnagel  
SBZ-Redaktion