

Der Geist ist willig – der Geldbeutel auch?



Hitzewellen, Überschwemmungen, Wirbelstürme, Dürrekatastrophen: Die düsteren Prognosen des globalen 4. UNO-Klimaberichts und der WWF-Studie, die beide im Februar veröffentlicht wurden, hatten eine breite und dramatische Resonanz in den Medien zur Folge. „**Schock-Studie alarmiert Politiker weltweit!**“ titelte z. B. die Bild-Zeitung im Internet. Und unter der Schlagzeile „Klima-Horror“ schreibt das Blatt: „Noch nie hat es jemand so deutlich gesagt: Unser Planet stirbt – wir Menschen sind schuld daran! 2500 Wissenschaftler aus 130 Ländern haben es in einer Klimastudie für die Vereinten Nationen festgestellt...“ Und kämpferisch lässt BILD verlauten: „Jetzt zählen NUR noch Taten!“ Passend dazu können die Besucher der Webseite ihre persönliche Klima-Bilanz testen und sich Tipps abholen, wie sie die Erde retten können.

Die vielen Medienberichte und Schlagwörter wie **Klima-Katastrophe, Klima-Killer und Klima-Schock** haben in der deutschen Politik und bei den Bürgern deutliche Spuren hinterlassen. So ergab eine aktuelle repräsentative Emnid-Umfrage im Auftrag des Greenpeace Magazins, dass 85 % der Deutschen die globale Erwärmung als bedrohlich für sich und die folgenden Generationen betrachten. 86 % wollen, dass Deutschland vorangeht und seine CO₂-Emissionen bis 2020 um 40 %

gegenüber 1990 senkt. 90 % der Befragten sprachen sich zudem dafür aus, dass die Regierung den Ausbau der Erneuerbaren Energien verstärken soll.

Die Bundesbürger sind aber auch bereit, selbst etwas für den Klimaschutz zu tun. Nach einer repräsentativen Umfrage im Auftrag des „Focus“ wollen 81 % der Umwelt zuliebe Strom sparen. 55 % der Befragten möchten weniger heizen und 47 % ihre Wohnung dämmen. 52 % der Befragten haben vor, auf ein sparsameres Auto umzusteigen und 51 % wollen Sprit sparender fahren.

Die Umfrageergebnisse bestätigen einmal mehr, dass Themen wie **Klimaschutz und Energiesparen ein zentrales Anliegen** der meisten Bundesbürger sind. Allerdings gibt es nach wie vor eine große Diskrepanz zwischen dem Wollen und dem Tun – vor allem, wenn es dann konkret an den Geldbeutel geht. Deshalb besteht die wohl wichtigste Herausforderung für unsere Branche darin, den sensibilisierten Bundesbürgern zu helfen, ihren inneren Schweinehund zu überwinden, um z. B. in eine neue Heizungsanlage zu investieren. Und sollte beim ein oder anderen Hauseigentümer der Einwand kommen, die Anschaffungskosten seien zu hoch, kann der Heizungsfachhandwerker auf den kostengünstigen Kredit sowie auf die Direktzuschüsse der Kfz-Bank verweisen.

Ganz entscheidend für den Erfolg sind flankierende Marketing-Maßnahmen, die den Hausbesitzern deutlich vor Augen führen, dass der Klimaschutz und die Brennstoffkosteneinsparung nur zwei von vielen Vorteilen einer neuen, modernen Heizungsanlage sind. Sehr gut geeignet ist dafür die in diesem Jahr zum ersten Mal durchgeführte **Woche der Sonne** vom 28. April bis 6. Mai. Der Startschuss zu dieser bundesweiten Aktion fällt auf einem großen, zentralen Auftakt-Event in Berlin. Wie Sie sich als SHK-Handwerksbetrieb aktiv beteiligen können, erfahren Sie in SBZ-Heft 6/2007.

Zuvor bietet es sich für Sie an, **auf der ISH** nach den neuesten Produkten und Entwicklungen im Bereich der umweltschonenden Heiztechnik Ausschau zu halten. Es lohnt sich zudem, bei den Herstellern und Verbänden dort nach praxisgerechten Marketinghilfen, für Ihre Aktionen im Anschluss an die ISH zu fragen. Einige Appetithappen dazu finden Sie ab Seite 132 im bav-Teil dieser SBZ.

Einen informativen Messebesuch wünscht Ihnen

Jürgen Wendnagel
SBZ-Redakteur