

Woche der Sonne

Steigern Sie Ihre Solarkompetenz



Obwohl 87% der Deutschen den Umstieg auf Erneuerbare Energien wünschen, nutzen weniger als 5 % der Haushalte die Solarenergie. Es besteht also noch ein riesiger Info- und Motivationsbedarf, den der BSW mit der „Woche der Sonne“ aufgreift.

Bundesweit werden Handwerksbetriebe und andere Akteure vor Ort aufgerufen, zwischen 28. April und 6. Mai 2007 Veranstaltungen rund um Solarwärme und Solarstrom durchzuführen.

Worum es im Detail geht und wie die Teilnehmer von der Kampagne profitieren können, erläutert der folgende Beitrag.

Die Vergangenheit hat es bewiesen: Die Solarkampagnen der vergangenen Jahre haben entscheidend dazu beigetragen, dass die Solarenergie heute in Bevölkerung und Handwerk eine akzeptierte Technik ist. Doch von der Akzeptanz bis zur Entscheidung für die Nutzung der Solarenergie im eigenen Haus ist es immer noch ein weiter Weg. Eine Erkenntnis haben alle bisherigen Kampagnen erbracht: Sie können zwar die Präsenz in den Medien deutlich erhöhen und attraktives Material bereitstellen, aber das Engagement durch den Handwerker vor Ort können sie nicht ersetzen. Meist spielt der Handwerker die entscheidende Rolle bei der Überzeugung der Kunden im persönlichen Gespräch. Deshalb setzt die „Woche der Sonne“ nicht am Endkunden an, sondern ermöglicht den Akteuren vor Ort die Durchführung attraktiver und professioneller Solaraktionen.

Bundesweite Solarkampagne

Ein kurzer Blick zurück: 1999 bis 2001 fand mit „Solar – na klar!“ die erste bundesweite Solarwärmekampagne statt. Sie hat für die Solarwärme den Durchbruch in Öffentlichkeit und Handwerk gebracht. Der große Solarwärme-Boom bis 2001 war auch ein Ergebnis dieser Kampagne. 2003 folgte dann die Initiative „Solarwärme plus“, die sich auf die bundesweite Pressearbeit und die Ansprache des Handwerks konzentrierte. Sie hat vor allem die Kombination von Heizungsmodernisierung und Solarwärme in den Vordergrund gestellt. Einen ganz anderen Weg ist der BSW mit der

Aktion „Wärme von der Sonne“ gegangen. Im Jahr 2005 wurden mit der Aktion 30 Solarinitiativen und 2006 dann 60 Initiativen intensiv bei der Durchführung von regionalen Solarveranstaltungen zwischen März und August begleitet. Eine Vielzahl von Materialien wurde hierfür zur Verfügung gestellt, wobei die Solarwärmezeitung und die Solarwärme-Plakatausstellung am wichtigsten waren. Dies war die erste Aktion, die sich systematisch mit der Unterstützung von Akteuren vor Ort be-

schäftigte. Interessanterweise waren in die 60 Initiativen mehr als 700 Partner eingebunden, darunter 418 Handwerksbetriebe.

Konsequent weiterentwickelt

Die „Woche der Sonne“ ist die konsequente Weiterentwicklung aller bisherigen Solarkampagnen. Sie verbindet die guten Erfahrungen, wie lokale Akteure wirkungsvoll unterstützt und solche Aktionen effizient orga-



Mindestens 10 000 Plakate werden den Akteuren der „Woche der Sonne“ zur Ankündigung ihrer Aktionen zur Verfügung gestellt. Die Sonneninitiative e.V. war bei einer anderen Kampagne im letzten Jahr auf zahlreichen Messen vertreten

nisieren werden können mit einer erfolgreichen bundesweiten Öffentlichkeitsarbeit. Die „Woche der Sonne“ unterstützt bundesweit alle Akteure, die Aktionen zu Solarwärme und Solarstrom durchführen wollen. Zudem bündelt sie die Aktivitäten auf die Woche vom 28. April bis zum 6. Mai 2007, um dadurch eine hohe Aufmerksamkeit für die Solarenergie zu erreichen.

Alle Veranstaltungen finden deshalb unter dem Motto „Woche der Sonne“ statt. Vor Ort werden sie allerdings selbständig von den lokalen Akteuren vorbereitet und durchgeführt. Der BSW bietet dafür umfangreiche Unterstützung in der Vorbereitung und Durchführung der Veranstaltungen an durch professionelle Informationsmaterialien, Einladungsplakate, Presstexte, Checklisten, Vortragsfolien und Standmaterial. Die Materialien sind herstellerneutral, so dass sie von allen Akteuren eingesetzt werden können und der größte Vorteil ist, dass sie den Akteuren kostenlos zur Verfügung gestellt werden. Eine weitere Unterstützung erfahren die regionalen Aktionen durch die bundesweite Öffentlichkeitsarbeit im Vorfeld. Es wird regelmäßig über die Veranstaltung berichtet, so dass die Ankündigungen der regionalen Aktionen eine gute Chance haben, in der Lokalpresse auf fruchtbaren Boden zu stoßen. Teil einer großen erfolgreichen Aktion zu sein macht die Durchführung der lokalen Aktionen wesentlich einfacher. Für überregionale Aufmerksamkeit wird ein großes, zentrales Auftakt-Event mit Prominenz aus Politik und Wirtschaft in Berlin organisiert.

Vielfalt unbedingt erwünscht

Die Stärke der „Woche der Sonne“ ist es, eine größtmögliche Flexibilität der Akteure und Aktionen vor Ort zuzulassen. Angesprochen sind sowohl ehrenamtlich arbeitende Initiativen, Solar- und Agendagruppen und private Anlagenbetreiber als auch professionelle Akteure wie Handwerker, Energieberater oder Solarfirmen. Aber auch Kommunen, Energieagenturen, Banken, Schulen etc. sind aufgerufen, aktiv zu werden.

Alle Teilnehmer bzw. Teilnehmerkreise können jeweils einzelne Aktionen durchführen, oder sich koordinieren und gemeinsam Veranstaltungen organisieren. Was Phantasie und Vielfalt der Aktionen angeht sind hier keine Grenzen gesetzt: Solarfeste und Fachvorträge, Solarspaziergänge und Energietouren oder Solartage an Schulen sind möglich. Handwerksbetriebe können z.B. einen Tag der offenen Tür im Betrieb oder bei einem (oder mehreren) guten Kunden anbieten und die „Woche der Sonne“ zur Sensibilisierung neuer Kundenkreises nutzen. Mit den Aktionen vor Ort sollen breite Schichten der Bevölkerung angesprochen werden, Hausbesitzer und Bauherren, Kinder, Jugendliche und Erwachsene, private, gewerbliche ebenso wie öffentliche Interessenten.

Das Erfolgsgeheimnis der „Woche der Sonne“ ist die Kombination der persönlichen Ansprache durch die lokalen Akteure mit der professionellen Unterstützung durch das Projekt. Die Wirksamkeit der Aktionen vor Ort wird durch die ansprechenden Materialien deutlich erhöht. Dass das Konzept funktioniert, hat die Aktion „Wärme von der Sonne“ bewiesen, die der BSW 2005 und 2006 durchgeführt hat. Im Internet können unter www.waerme-von-der-sonne.de Beispiele für bereits durchgeführte Aktionen angeschaut werden.

Professionelle Materialien

Vom Handwerker erwartet der Kunde Antworten auf seine Fragen, doch dieser ist verständlicherweise oftmals überfordert damit, sowohl inhaltlich als auch zeitlich. Hier setzt die „Woche der Sonne“ an. Alle Fragen zur Motivation, zu grundsätzlichen Tech-

Professionelle und herstellerneutrale Infos bieten die beiden Zeitungen im Format A3 für Solarwärme und für Solarstrom mit jeweils acht Seiten Umfang. Die Auflage liegt bei je 500 000 Exemplaren



nikfragen und zur Förderung beantworten die Aktionszeitung und die Ausstellung. Durch die Teilnahme an der Veranstaltung steigt die Solarkompetenz des Handwerkers und er spart Zeit, weil er den (potenziellen) Kunden nicht alles selbst erklären muss. Und er kann sich vor allem auf das konzentrieren, was er am besten kann: sein Produkt und seine Dienstleistung erklären und anbieten.

Herzstück dieser professionellen und herstellerneutralen Infomaterialien ist eine Zeitung für Solarwärme und eine Zeitung für Solarstrom. Die Zeitung für Solarwärme wurde bereits im Vorjahr produziert und wird in diesem Jahr aktualisiert; die Solarstromzeitung wird neu aufgelegt. Die Zeitungen mit acht Seiten im Format A3 werden in einer Auflage von jeweils 500000 Exemplaren gedruckt.

Einen hohen Aufmerksamkeitswert hat die Ausstellung mit zwölf Plakaten zur Solarwärme und zwölf Plakaten zur Photovoltaik, die für den interessierten Laien gemacht ist. Gestalterisch ansprechend werden die Fakten zum Klimawandel und zu den Risiken der Energieversorgung erläutert, Anlagenbeispiele und Fotos veranschaulichen die Möglichkeiten der Solarenergienutzung und erklären die wichtigsten Begriffe der Technik. Informationen zur Finanzierung und Förderprogrammen runden die Plakatserie im großen Format A0 ab. Die hochwertige Ausstellung kann in den Schau-räumen des Handwerksbetriebs oder in öffentlichen Räumen, z. B. in einer Bank oder im Rathaus, gezeigt werden. Die Ausstellungseröffnung bietet die Möglichkeit, die lokale Prominenz und die Presse einzuladen.

Neben den Informationsmaterialien bietet die „Woche der Sonne“ vor allem Unterstützung für die Veranstaltungswerbung vor Ort an. Denn das Ziel ist es, möglichst viele Besucher zu den Veranstaltungen zu bekommen. Hierzu werden u. a. große Werbeplakate und Pressematerialien für die Lokalredaktionen zur Verfügung gestellt.

Einfach teilnehmen

Alle Interessenten bundesweit können teilnehmen. Die Voraussetzung ist, dass zwischen 28. April und 6. Mai eine oder mehrere Aktionen unter dem Motto „Woche der Sonne“ vor Ort durchgeführt werden. Und es wird nach Durchführung eine Rückmeldung über den Erfolg der Veranstaltung erwartet. Die Teilnahme ist kostenlos und die Materialien werden kostenlos zur Verfügung gestellt. Um die große Zahl von Akteuren effizient zu betreuen, wird ein großer Teil der Organisation über das Internet abgewickelt werden. Die Teilnahme ist einfach: Man registriert sich im Internet unter www.woche-der-sonne.de als lokaler Teilnehmer. Danach bekommt man ein

Vier Aktionsvorschläge für SHK-Betriebe

Die SHK-Handwerksbetriebe haben viele Möglichkeiten, die „Woche der Sonne“ für sich zu nutzen. Vier Beispiele für erfolgversprechende Aktionen sind:

1. Tag der offenen Tür im Handwerksbetrieb mit kleiner Hausmesse: Präsentieren Sie dem eigenen Kundenkreis das aktuelle Solarangebot und erhöhen Sie damit die Kundenbindung zu erhöhen. Laden Sie zu einem Tag der offenen Tür in Ihren Betrieb ein, organisieren Sie eine kleine Produktausstellung und bieten Sie Vorträge rund um Solarenergie und Energiespartechniken an. Die „Woche der Sonne“ bietet den Anlass sowie die Materialien und Solarwärme- und Solarstrom-Ausstellungsplakate.

2. Tag der offenen Tür gemeinsam mit einem zufriedenen Kunden: Am überzeugendsten ist das gute Beispiel. Sie haben eine interessante Solaranlage realisiert und Ihr Kunde ist zufrieden (oder sogar begeistert) und bereit, seine Erfahrungen weiterzugeben? Dann laden Sie Interessenten zu einem Tag der offenen Tür bei diesem Kunden ein, und besichtigen Sie dort gemeinsam die installierte So-



Ein attraktiver Infostand eignet sich z. B. für eine Solarmesse. Die Ausstellungen zu Solarwärme und Solarstrom bieten auch Handwerkern eine gute Akquise-Möglichkeit

Passwort zugeschickt, mit dem man sein Profil ändern, Aktionen eintragen und korrigieren und die Aktionsmaterialien bestellen kann. Auf der Internetseite lassen sich auch Musterpresseerklärungen, Aktionsbeispiele und sonstige Hilfen herunterladen.

Ein zentraler Vorteil dieser Onlinepräsenz ist zudem, dass sich tagesaktuell die Aktionen anderer Teilnehmer ansehen lassen. Der Aktionskalender aller bundesweit gemeldeten Termine dient auch zur Werbung der eigenen Aktionen, da sich die interessierten Bürgerinnen und Bürger über Aktionen in ihrer Umgebung informieren können.

Mit der „Woche der Sonne“, die künftig jährlich durchgeführt werden soll, wurde ein kraftvolles Instrument geschaffen, das alle Erfahrungen der Kampagnenarbeit der letzten Jahre bündelt.

Einen hohen Aufmerksamkeitswert hat die Ausstellung mit zwölf Plakaten zur Solarwärme und zwölf Plakaten zur Photovoltaik



laranlage. Er öffnet sein Haus, Sie machen die Organisation und die „Woche der Sonne“ liefert die Infomaterialien.

3. Solar-Vortragsabend gemeinsam mit anderen SHK-Betrieben: Organisieren Sie zusammen mit anderen Innungs-Betrieben, mit Ihrer Bank, mit der lokalen Agendagruppe etc. einen Infoabend Solar mit einem oder zwei Vorträgen zur Solarenergienutzung. Aktionszeitung, Ausstellung und Referentenlisten liefert die „Woche der Sonne“. Für die Pressearbeit gibt es einen Leitfaden und Mustertexte. Auch eine gemeinsame Anzeige mit den anderen Betrieben in der Lokalpresse erhöht die Aufmerksamkeit.

4. Beratungsangebot an (potenzielle) Kunden: Viele Endkunden wissen nicht, ob ihr Haus für die Solarnutzung geeignet ist, was eine Solaranlage kostet und was sie bringt. Bieten Sie diesen (potenziellen) Kunden während der „Woche der Sonne“ an, dass z. B. ein Mitarbeiter des Betriebs ins Haus kommt, um eine kostenlose Erstberatung zur Solarenergienutzung durchzuführen. Die Aktionszeitung ist dafür eine hilfreiche Unterstützung.

Weitere Infos und Anmeldemöglichkeit zur „Woche der Sonne“: im Internet unter www.woche-der-sonne.de oder beim BSW, Telefon (0 30) 2 97 77 88 22.

Sie nutzt die Synergien einer umfangreichen Öffentlichkeitsarbeit auf Bundesebene mit einer Vielzahl von regionalen Solarveranstaltungen, die durch professionelle Materialien wirkungsvoll unterstützt werden. Durch die Bündelung auf eine Woche ist eine hohe mediale Aufmerksamkeit gesichert und der Aufwand für die Beteiligten kalkulierbar.



Unser Autor Diplom-Politologe **Emanuel Höger**, arbeitet als Projektleiter im Team der „Woche der Sonne“, die vom Bundesverband Solarwirtschaft e.V. (BSW) organisiert wird. Bevor Höger zum BSW kam, organisierte er politische Kampagnen und war im Bundestag tätig; Telefon (0 30) 2 97 77 88-22, E-Mail: hoeger@bsw-solar.de