

Aufschwung durch Solarkampagne und Solarförderung

Durchbruch für die Solarthermie

Die auf der ISH offiziell gestartete Solarkampagne „Solar – na klar“ ist eine in dieser Größenordnung bisher einzigartige bundesweite Informations- und Motivationsoffensive, die private Haushalte, Kommunen und Unternehmen für die Nutzung von Solarwärme gewinnen möchte. Ein Kernziel ist es, für die Installation von 400 000 neuen Solaranlagen in den nächsten fünf Jahren zu sorgen. Wenn sich diese ehrgeizigen Pläne realisieren lassen, dann würde dies der endgültige Durchbruch für die Solarthermie in Deutschland bedeuten.

Getragen wird die Solarkampagne u. a. vom ZVSHK und den wichtigsten Solarverbänden. Mit im Boot sind aber auch der Bund und die Bundesländer. Und daß Bundeskanzler Gerhard Schröder selbst die Schirmherrschaft für die Aktion übernommen hat, bestätigt den Kurs der neuen Regierung zu Gunsten erneuerbarer Energien.

Daß die rot-grüne Bundesregierung nicht nur mit Pleiten und Pannen Schlagzeilen machen kann, hat sie bereits mit der Einführung des 100 000-Dächer-Programms zum 1. Januar 1999 bewiesen. Das bislang ambitionierteste Programm zur Markteinführung von Photovoltaik (PV) sieht vor, daß der Bund in den Jahren 1999 bis 2004 den Einsatz von 100 000 PV-Anlagen durch zinsverbilligte Darlehen fördert. Alternativ ist auch eine

Auszahlung der Zinssubvention möglich. Das Bundeswirtschaftsministerium rechnet mit einem Kostenvolumen von ca. 1 Mrd. DM, das rund 2,5 Mrd. DM an Investitionen auslösen soll.

Kurz vor der ISH trat zudem ein Marktanzreizprogramm für erneuerbare Energien in Kraft, das sich weitgehend an die Richtlinien vom 17. Dezember 1996 anlehnt. Gefördert werden u. a. solarthermische Anlagen mit 250 DM pro m² errichteter Kollektorfläche. Ist die Solaranlage größer als 20 m², wird jeder weitere m² noch mit 125 DM bezuschußt. Damit der Fördertopf möglichst lange sprudelt, soll voraussichtlich die Öko-Steuer auf erneuerbare Energien für Nachschub sorgen.

Weitere wichtige Bausteine für einen durchschlagenden Erfolg der Solarkampagne sind ebenfalls vorhanden: eine ausgereifte Solartechnik und eine flächendeckende Zahl von Handwerksbetrieben, die die potentielle Nachfrage bedienen können. Und das Budget der Initiati-

ve? Inklusive Sponsorenmittel dürfte es bei über 10 Mio. DM liegen. Dies hört sich im ersten Moment zwar nicht berauschend an, doch es darf nicht übersehen werden, daß die Solarkampagne nicht nur auf kostenpflichtige Werbung und Öffentlichkeitsarbeit angewiesen ist, sondern auch auf die Unterstützung einer Vielzahl von namhaften Verbänden und Vertretern aus Wirtschaft und Politik zählen kann. Dadurch dürfte ein Medienecho ausgelöst werden, das das Budget der Kampagne umgerechnet um ein Vielfaches übersteigen wird.

Doch die Solarkampagne will nicht nur Nachfrage schaffen, sondern in einer zweiten Stufe auch gezielt in Richtung Handwerk lenken. Alle interessierten Verbraucher bekommen dazu eine Kontaktadreibliste, die Bestandteil eines umfassenden Infopakets ist. Um in diese Liste aufgenommen zu werden, können sich die solaraktiven Handwerksbetriebe jetzt als Teilnehmer der Solarkampagne kostenlos registrieren lassen. Aufgrund der Riesenchance, die die Solarkampagne bietet, dürfte bei diesem Schritt kein Solarfachbetrieb auch nur eine Sekunde zögern. – Weitere Informationen zur Solarkampagne sowie zu verschiedenen technischen Aspekten der Solarthermie finden Sie in diesem Schwerpunktheft. Viele Anregungen beim Lesen wünscht Ihnen



Jürgen Wendnagel

