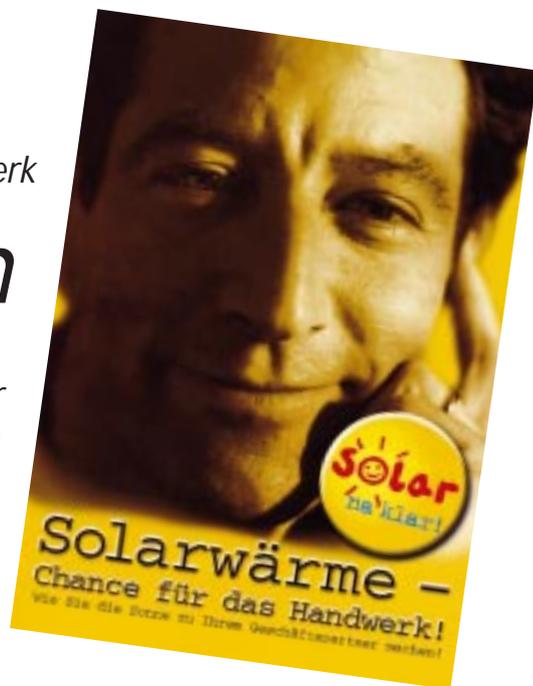


Solkampagne als Chance fürs Fachhandwerk

Mitmachen lohnt sich

Die Solarkampagne „Solar – na klar!“ ist eine in ihrer Größenordnung bislang einmalige bundesweite Informations- und Motivationsoffensive. Ziel ist es, einen Nachfrageschub bei solarthermischen Anlagen auszulösen. Profitieren kann davon insbesondere das Fachhandwerk.



Titelseite der 12seitigen Handwerker-Informationsbroschüre zur Solarkampagne

Die Solarkampagne „Solar – na klar!“, die unter der Schirmherrschaft von Bundeskanzler Gerhard Schröder steht, möchte mit einer breitangelegten Informationsoffensive private Haushalte, Kommunen und Unternehmen für die Nutzung von Solarwärme gewinnen. Die Hauptziele der Aktion sind ehrgeizig: So soll zum einen das derzeitige Niveau von jährlich etwa 400 000 m² installierter Kollektorfläche bis zum Jahr 2003 auf jährlich eine Millionen m² erhöht werden. Dies würde – nach Angaben der Initiatoren – ein Umsatz von 1,5 Milliarden Mark im Jahr bedeuten. Ein weiteres Ziel ist die Installation von etwa 400 000 neuen Solaranlagen innerhalb der nächsten fünf Jahre.

Initiiert wurde die Aktion vom Bundesdeutschen Arbeitskreis für Umweltbewußtes Management (B.A.U.M. e.V.). Zu den Kooperationspartnern gehören der Bund Deutscher Architekten (BDA), der Bundesverband Solarenergie (BSE), der Deutsche Fachverband Solarenergie (DFS), die Deutsche Gesellschaft für Sonnenenergie (DGS), der Deutsche Naturschutzring (DNR) und der Zentralverband Sanitär Heizung Klima (ZVSHK). Gefördert wird die Kampagne u. a. durch das Bundesumweltministerium sowie durch alle Bundesländer.

Die Sonne als Geschäftspartner

Die Kampagne „Solar – na klar!“ ist eine in dieser Größenordnung bislang einmalige bundesweite Informations- und Motivationsoffensive, die private Haushalte, Kommunen und Unternehmen für die Nutzung

von Solarwärme gewinnen möchte. Die Offensive möchte die Potentiale der Marktpartner aus Industrie und Handwerk, der maßgeblichen Solarverbände sowie aller gesellschaftlichen Kräfte bündeln, um einen Nachfrageschub auf dem Markt für solarthermische Anlagen auszulösen. Daß das Interesse der Bevölkerung an Solarenergie steigt zeigen aktuelle Umfragen. So sind 94 % der bauinteressierten Bürger bereit, mehr Geld für ökologisches Bauen auszugeben. Parallel zum steigenden Interesse der Bürger an Solarenergie betrachten immer mehr Heizungsbauer und Installateure die Solartechnik als zukunftsträchtiges Geschäftsfeld. In den letzten Jahren sind alle bedeutenden Heizungshersteller sowie regionale und überregionale Großhändler in den Solarmarkt eingestiegen. Im Mittelpunkt von „Solar – na klar!“ stehen deshalb zunächst die Aktivitäten für das Handwerk.

Kostenlose Infobroschüre

Ausführliche Informationen zur Solarkampagne „Solar – na klar!“ enthält die Broschüre „Solarwärme – Chance für das Handwerk!“ Sie informiert über Chancen, Potentiale und Einstiegsmöglichkeiten. Ein Faxblatt zur kostenlosen Teilnahmeregistrierung für die Handwerksbetriebe liegt bei. Außerdem können – bei Bedarf – zum Selbstkostenpreis auch verschiedene Werbematerialien (Werbeflyer, Aufkleber etc.) sowie technische Informationen bestellt werden.

Die Broschüre wurde vom ZVSHK an alle Innungsbetriebe verschickt. Sie kann aber auch direkt über die Handwerker-Telefonhotline (0 40) 49 07 14 90 von B.A.U.M. angefordert werden.

B.A.U.M. und seine Kooperationspartner appellieren an alle Handwerker, sich an der Solarkampagne zu beteiligen, denn im Handwerk sieht man einen Schlüsselakteur für den Ausbau der Solarwärme. Betriebe, die sich registrieren lassen, erhalten ausführliche Informationspakete, Arbeitsmittel und Schulungen und werden den Verbrauchern als Solar-Fachbetriebe empfohlen. Die Teilnahme ist für die Handwerksbetriebe kostenlos und verpflichtet sie zu nichts.

Offiziell gestartet wurde die Solarkampagne auf der ISH 1999. Die Planung sieht vor, bis 2001 die Öffentlichkeit umfassend und kontinuierlich zu informieren und über Presse, Fernsehen, Hörfunk und Kino zum Mitmachen zu motivieren. Im Frühsommer 1999 fällt der Startschuß für die Ansprache der Endverbraucher. Dann soll die Kampagne u. a. mit einem großen „Solar-Event“ medienwirksam präsentiert werden. In einer zweiten Stufe bekommen interessierte Verbraucher eine Informationsbroschüre mit allem Wissenswerten zum Thema Solarwärme, inklusive Kontaktadressen. In der dritten Stufe werden Kaufinteressierte an Handwerksbetriebe vermittelt und mit anbieterspezifischen Anlageninformationen bis hin zum konkreten Angebot versorgt. □