Solarpartys: Nachbarinnen und Nachbarn zeigen ihre Solaranlage

Eine Person mit eigener Photovoltaikanlage lädt die Nachbarschaft ein, zeigt ihre Anlage und berichtet über Erfahrungen. Eine neutrale Fachperson beantwortet zusätzlich fachliche Fragen.

Die Idee

Ihre Gemeinde will mehr Solarstrom von privaten Dächern. Förderbeiträge und Informationsangebote gibt es bereits, doch viele Hausbesitzende schieben den Entscheid auf. Bei einer langlebigen und erklärungsbedürftigen Technologie orientieren sich Menschen an den Erfahrungen von Personen, denen sie vertrauen: Wer in der Nachbarschaft eine Anlage sieht, installiert selbst eher eine. Hier setzt die Solarparty als Nudge («Stupser») an: Eine Person mit eigener Photovoltaikanlage lädt Nachbarinnen und Nachbarn zu sich nach Hause ein, zeigt die Anlage und berichtet über Planung, Kosten, Ertrag und Alltag. Eine neutrale Fachperson beantwortet die fachlichen Fragen. Die Gemeinde organisiert oder unterstützt den Anlass. Es gibt keinen Zwang und keine Empfehlung für ein bestimmtes Produkt oder einen bestimmten Betrieb.

Auf einen Blick

Reifegrad	■■■■■	In der Schweiz mehrfach durchgeführt, international etabliert.
Wirkung	■■■□□	Die Wirkung wird als mittel bis hoch eingeschätzt. Für die Schweiz noch nicht systematisch belegt. Dokumentiert ist die Teilnahme, nicht die Wirkung auf installierte Anlagen.
Sachkosten **Interne Kosten**	■■□□□ ■■□□□	Rund CHF 1500 bis 2500 pro Durchführung für Einladung und Porto, Apéro und fachliche Begleitung. Rund 15 bis 25 Arbeitsstunden pro Durchführung. Bei einer Serie steigt der Aufwand vor allem durch die Suche und Betreuung der Gastgebenden.
Dauer	■■□□□	Wenige Wochen für die Vorbereitung einer Solarparty. Bis zur Installation vergehen typischerweise mehrere Monate.
Politische Sensibilität	■□□□□	Freiwillig und unverbindlich, kein Verkaufsdruck. Zentral ist die Wettbewerbsneutralität: Der Anlass darf nicht zur Verkaufsplattform einzelner Installationsbetriebe werden.

Angesprochen werden: Eigentümerinnen und Eigentümer privater Liegenschaften, insbesondere von Ein- und Zweifamilienhäusern.

Passt das zu unserer Gemeinde?

Wenn Sie die meisten Fragen mit Ja beantworten, lohnt sich ein genauerer Blick:

- Hat Ihre Gemeinde Ziele zum Solarausbau, etwa in einer Energie- oder Klimastrategie, einer Energieplanung oder als Energiestadt?
- Gibt es Quartiere mit vielen privaten Ein- und Zweifamilienhäusern und geeigneten Dachflächen?
- Gibt es dort bereits einige Anlagen, deren Besitzerinnen und Besitzer als Gastgebende infrage kommen?
- Steht eine neutrale fachliche Begleitung zur Verfügung, etwa über die kantonale oder regionale Energieberatung?
- Können Sie einen einfachen nächsten Schritt nach der Veranstaltung anbieten, zum Beispiel eine kostenlose Impulsberatung?

Was Ihre Gemeinde davon hat

- **Glaubwürdige Stimmen aus dem Quartier:** Eine Person mit vergleichbarer Liegenschaft, die aus eigener Erfahrung berichtet, ist glaubwürdiger als jede Broschüre.
- **Bestehende Angebote wirken besser:** Die Solarparty führt Interessierte direkt zur Energieberatung und zu den nächsten Schritten.
- **Wirkung über den Anlass hinaus:** Lokale Medienberichte tragen die Botschaft weit über den Kreis der Teilnehmenden hinaus.
- **Übertragbares Format:** Der Ansatz eignet sich auch für Wärmepumpen oder Balkonsolaranlagen.

Kleine Gemeinde, wenig Personal?

Die Gemeinde muss nicht alles selbst machen: Als Trägerschaft kommen auch Quartier- und Ortsvereine, lokale Energie- und Klimainitiativen sowie Energieberatungsstellen infrage. Konzept, Einladungsvorlagen und ein Handbuch für Gastgebende gibt es bereits, zum Beispiel beim deutschen Projekt «packsdrauf». Die Gemeinde kann als glaubwürdige Absenderin auftreten und prüfen, ob sich eine gemeinsame Durchführung mit Nachbargemeinden anbietet.

Kurz erklärt

Wir laden gemeinsam mit einer Hausbesitzerin oder einem Hausbesitzer aus dem Quartier zu einer «Solarparty» ein. Dazu gehören die Besichtigung einer bestehenden Anlage, ein Erfahrungsbericht und der Austausch mit einer neutralen Fachperson. Wir erfassen, wie viele Teilnehmende danach eine Beratung buchen, und entscheiden dann über weitere Anlässe.

Erfahrungen aus der Praxis

Studien und eine erste Schweizer Untersuchung deuten auf einen deutlich positiven Beitrag von Solarpartys zum Entscheid für eine Solaranlage hin. Der Ansatz eignet sich vor allem, um Interesse zu wecken, Unsicherheiten abzubauen und Personen vom Nachdenken zur konkreten Abklärung zu bewegen. Die Zahl der Teilnehmenden ist dokumentiert – an der Solarparty in Lenzburg (2023) nahmen 17 Interessierte teil –, die Wirkung auf tatsächlich installierte Anlagen dagegen noch nicht.

- **Bekannte Anwendungen in der Schweiz (Stand 01.09.2026):** unter anderem Lenzburg AG (Fachstelle Umwelt), Muri BE (Energiewende Muri-Gümligen), Horw LU (Baudepartement, Natur und Umwelt) und Unterseen BE (Energiewendegenossenschaft Interlaken). Aus der Romandie und dem Tessin sind bisher keine Anwendungen bekannt.

Umsetzungshilfe: Solarpartys

Warum die Solarparty wirkt

Ein gemeinsamer Anlass kann folgende Hürden abbauen:

Hürde	Beschreibung
Status-quo-Bias «Es eilt ja nicht.»	Die bestehende Situation wird beibehalten, solange kein unmittelbarer Handlungsdruck besteht.
Komplexitätsaversion «Das ist mir zu kompliziert.»	Die Installation einer Photovoltaikanlage erscheint technisch und organisatorisch anspruchsvoll.
Unsicherheit über den eigenen Nutzen «Lohnt sich das bei meinem Haus überhaupt?»	Ertrag und Wirtschaftlichkeit für die eigene Liegenschaft sind schwer einzuschätzen.
Mangel an Zeit / Aufmerksamkeit «Dafür habe ich gerade keine Zeit.»	Obwohl grundsätzlich Interesse besteht, wird die Auseinandersetzung mit dem Thema immer wieder aufgeschoben.
Fehlende soziale Bestätigung «Ich kenne niemanden, der das gemacht hat.»	Es fehlt die Erfahrung von Personen mit einem vergleichbaren Gebäude oder aus demselben Quartier.

Wirksam ist nicht die Information allein, sondern die Kombination verschiedener Elemente: eine reale Anlage sehen, eine Person mit eigener Erfahrung fragen können, fachliche Fragen klären und anschliessend wissen, was die nächsten Schritte sind. Der soziale Kontakt macht aus einer abstrakten Möglichkeit eine konkrete und sozial bestätigte Handlungsoption.

Fünf Gestaltungsprinzipien:

- **Soziale Normen und sozialer Vergleich:** «Andere in meiner Nachbarschaft machen es bereits.»
- **Komplexität reduzieren:** Fragen können direkt an Gastgebende und Fachpersonen gestellt werden, und die nächsten Schritte werden konkret aufgezeigt.
- **Vorbildcharakter und Peer-Effekt:** Eine Person mit einer vergleichbaren Liegenschaft berichtet aus eigener Erfahrung – das ist glaubwürdiger als jede Broschüre.
- **Selbstwirksamkeit stärken:** Die Besichtigung einer realen Anlage macht die Technologie greifbar und senkt die wahrgenommene Hürde, selbst aktiv zu werden.
- **Sichtbarkeit:** Eine sichtbare Anlage wird nicht mehr nur als technische Infrastruktur wahrgenommen, sondern als konkrete Handlungsoption.

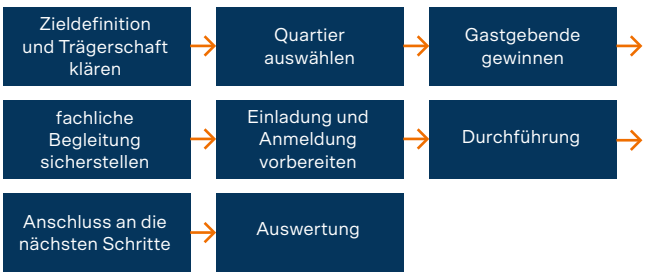
Ablauf des Anlasses: Bewährt hat sich ein einfacher Ablauf von rund zwei Stunden: Begrüssung durch die Gemeinde oder die Trägerschaft, Erfahrungsbericht der Gastgebenden, Fachvortrag und Fragerunde mit der Solar-Botschafterin oder dem Solar-Botschafter, Besichtigung der Anlage sowie Apéro mit persönlichem Austausch.

Beispielbotschaft für die Einladung: «Bereit für die eigene Solaranlage? Holen Sie sich die besten Tipps von den Nachbarn.»

Absender, Sprache und Bildwelt: Die Gemeinde kann als glaubwürdige Absenderin auftreten; die eigentliche Überzeugungsarbeit leisten jedoch die Gastgebenden und die neutralen Fachpersonen. Die Kommunikation ist einfach, positiv und lokal: Im Zentrum stehen reale Anlagen und reale Personen statt abstrakter Technik. Aussagen wie «Ihr Dach kann das auch» oder «Schauen Sie sich an, wie es bei Ihren Nachbarn funktioniert» machen den sozialen Bezug unmittelbar sichtbar. Kurze Videos von Solarpartys eignen sich gut für die Gemeindekanäle und soziale Medien – die Einwilligung der gefilmten Personen ist vorgängig einzuholen.

Einfacher nächster Schritt: Der Anschluss an die nächste Handlung soll noch am Anlass möglich sein: eine kostenlose Impulsberatung, ein Anmeldetalon vor Ort oder die Teilnahme an einer gemeinsamen Einkaufsaktion. Zusätzliche Hürden können die Wahrscheinlichkeit verringern, dass die Teilnehmenden den nächsten Schritt machen.

So gehen Sie vor



Möglicher Ablauf im Detail:
Die Schritte gelten unabhängig davon, wer sie ausführt: die Gemeinde, ein Quartierverein, eine lokale Energieinitiative oder eine Energieberatungsstelle.

1. **Zieldefinition und Trägerschaft klären:** Ziel festlegen – zum Beispiel eine bestimmte Zahl von Teilnehmenden oder gebuchten Beratungen – und entscheiden, ob die Gemeinde Veranstalterin, Mitfinanziererin oder lediglich Vermittlerin ist.
2. **Quartier auswählen:** Nachbarschaften mit vielen privaten Ein- und Zweifamilienhäusern, geeigneten Dachflächen und bereits einigen bestehenden Anlagen identifizieren.
3. **Gastgebende gewinnen:** Ansprache über bestehende Kontakte und lokale Netzwerke oder über ein gezieltes Anschreiben an Haushalte mit bestehender Solaranlage. Gastgebende brauchen kein Fachwissen – entscheidend sind eigene Erfahrung und die Bereitschaft, offen darüber zu sprechen.
4. **Fachliche Begleitung sicherstellen:** Eine Fachperson ohne eigenes Verkaufsinteresse oder eine Solar-Botschafterin beiziehen, etwa über die kantonale oder regionale Energieberatung. Klären Sie vorgängig die Aufgabenteilung zwischen persönlicher Erfahrung und fachlicher Auskunft.
5. **Einladung und Anmeldung vorbereiten:** Einladung gestalten und verteilen – zum Beispiel als adressierte Sendung an Ein- und Zweifamilienhäuser im ausgewählten Gebiet – den Anmeldeweg einrichten und die Teilnehmendenzahl auf die Kapazität der Gastgebenden abstimmen.
6. **Durchführung:** Erfahrungsbericht, Fachteil, Besichtigung und Apéro. Informationen zu den nächsten Schritten liegen bereit.
7. **Anschluss an die nächsten Schritte:** Impulsberatung, Anmeldetalon oder Sammelaktion noch am Anlass anbieten und die Rückmeldungen direkt erfassen.
8. **Auswertung:** Teilnahmezahlen, gebuchte Beratungen und Ergebnisse einer Kurzbefragung erfassen. Mittelfristig die weiteren Schritte der Teilnehmenden nachverfolgen (siehe «Wirkung messen»).

Verantwortlichkeiten: Legen Sie zu Beginn fest, wer für welchen Schritt verantwortlich ist.

Ressourceneffizienz und Dauer

Personal: rund 15 bis 25 interne Arbeitsstunden pro Durchführung für Organisation, Auswahl und Ansprache der Gastgebenden, Kommunikation und Koordination. Bei einer Serie von Anlässen steigt der Aufwand vor allem durch die Suche und Betreuung geeigneter Gastgebender.

Budget: Rund CHF 1500 bis 2500 pro Durchführung für Einladung und Porto (etwa als adressierte Sendung an Ein- und Zweifamilienhäuser), Apéro und das Honorar der fachlichen Begleitung. Bestehende Kommunikationsmaterialien lassen sich übernehmen und senken den Gestaltungsaufwand deutlich.

Dauer: Für die Vorbereitung einer einzelnen Solarparty sind wenige Wochen einzuplanen. Rechnen Sie danach mit einer längeren Wirkungsphase: Zwischen Anlass, Planung und tatsächlicher Installation liegen typischerweise mehrere Monate. Führen Sie die Nachbefragung deshalb erst zu einem späteren Zeitpunkt durch.

Rechtliches, Beschaffung und Zusammenarbeit

Wettbewerbsneutralität: Dies ist ein zentraler Punkt des Formats. Eine Solarparty darf nicht zur Verkaufsplattform einzelner Installationsbetriebe werden. Verzichten Sie auf Betriebe als Mitveranstalter und auf Offerten am Anlass. Sollen lokale Betriebe einbezogen werden, laden Sie alle im Gemeindegebiet tätigen zu gleichen Bedingungen ein. Die fachliche Begleitung erfolgt durch neutrale Fachpersonen ohne direktes Verkaufsinteresse.

Datenschutz bei der Suche nach Gastgebenden: Die Ansprache über bestehende Kontakte und lokale Netzwerke ist unproblematisch. Sollen Haushalte mit bestehender Anlage gezielt angeschrieben werden, ist die Datengrundlage zu klären: Angaben des Energieversorgungsunternehmens unterliegen der Zweckbindung und dürfen nicht ohne Weiteres für eine Kampagne verwendet werden. Eigentümerdaten aus dem Grundbuch sind zwar einzeln abfragbar, dürfen aber nicht ohne Weiteres für eine Aktion zusammengetragen werden. Klären Sie die Zulässigkeit vorgängig mit der zuständigen kommunalen oder kantonalen Datenschutzfachstelle (vgl. auch FAQ).

Sicherheit am Anlass: Dachbegehungen gehören nicht zu einer Solarparty. Die Anlage wird vom Boden aus gezeigt. Klären Sie zudem den Versicherungsschutz für die Veranstaltung und für die Gastgebenden, die private Räume und Gärten zur Verfügung stellen.

Bild- und Persönlichkeitsrechte: Fotos und Videos

vom Anlass dürfen nur mit ausdrücklicher Einwilligung der abgebildeten Personen verwendet werden. Holen Sie die Einwilligung vor Ort ein, und klären Sie die Bildrechte, bevor Sie Material aus Medienberichten weiterverwenden.

Zusammenarbeit mit dem Energieversorgungsunternehmen: Das Energieversorgungsunternehmen liefert verlässliche Angaben zu Netzanschluss, Vergütung und Fristen und kann die fachliche Begleitung ergänzen. Stimmen Sie Inhalte und Rollen vorgängig ab, damit der Anlass neutral bleibt.

Beschaffung: Prüfen Sie vor der Vergabe an Dritte – etwa für die fachliche Begleitung oder die Gestaltung der Einladung – die Schwellenwerte des öffentlichen Beschaffungsrechts Ihres Kantons.

Zusammenarbeit: Als Umsetzungspartner kommen Quartier- und Ortsvereine, lokale Energie- und Klimainitiativen, Solarverbände, Energieberatungsstellen sowie interessierte Privatpersonen als Gastgebende infrage. Eine neutrale fachliche Begleitung erhöht die Glaubwürdigkeit. Prüfen Sie zudem, ob sich eine gemeinsame Durchführung mit Nachbargemeinden anbietet.

Typische Stolpersteine

- **Keine geeigneten Gastgebenden:** Ohne motivierte Gastgebende findet kein Anlass statt. Das ist ein zentraler begrenzender Faktor – planen Sie dafür genügend Vorlauf und mehrere Anfragen ein.
- **Zu wenige Gäste:** Eine persönliche Einladung im Quartier wirkt oft direkter als ein allgemeiner Aufruf. Nutzen Sie lokale Netzwerke und Quartiervereine als Multiplikatoren.
- **Kommerzielle Interessen:** Sobald ein einzelner Betrieb den Anlass prägt, kann die Glaubwürdigkeit der Gemeinde als neutrale Absenderin beeinträchtigt werden.
- **Fehlende neutrale Fachbegleitung:** Ohne fachliche Antworten bleiben zentrale Fragen offen, und der Erfahrungsbericht allein reicht für den Anlass nicht aus.
- **Kein Anschluss an den nächsten Schritt:** Wenn nach dem Apéro nichts Konkretes buchbar ist, kann die Wirkung des Anlasses abnehmen. Der nächste Schritt sollte noch am Anlass möglich sein.
- **Datenschutzfragen zu spät geklärt:** Die Zulässigkeit der Datennutzung für die Suche nach Gastgebenden gehört an den Anfang des Projekts, nicht erst kurz vor dem Versand.
- **Sicherheitsrisiken am Anlass:** Dachbegehungen sind risikoreich und gehören nicht zu einer Solarparty.
- **Selbstselektion der Teilnehmenden:** Solarpartys erreichen vor allem ohnehin Interessierte. Für die Zielgruppe mit den grössten Hürden braucht es den Zugang über Quartiervereine und weitere Multiplikatoren.
- **Kleine Reichweite pro Anlass:** Mit 10 bis 20 Teilnehmenden bleibt die Wirkung punktuell. Planen Sie eine Serie von Anlässen ein.

Wirkung messen

Unmittelbare Zielindikatoren sind die Teilnahme an der Solarparty und eine anschliessend gebuchte Beratung, langfristig die tatsächlich installierte Anlage. Die Evaluation sollte die gesamte Wirkungskette abbilden:

- **Reichweite:** Zahl der eingeladenen und der teilnehmenden Personen – als Zielgrösse haben sich 10 bis 20 Personen pro Durchführung bewährt – sowie die Teilnahmequote und die Zahl der angemeldeten Personen, die nicht teilnehmen.
- **Erstreaktion:** Zahl der Personen, die im Anschluss eine Energieberatung oder eine weiterführende Erstberatung in Anspruch nehmen, sowie Anfragen zu Förderungen.
- **Konkrete Umsetzung:** Eingeholte Offerten, eingereichte Baugesuche beziehungsweise Meldungen und neu installierte Anlagen, soweit verfügbar.
- **Qualitative Rückmeldungen:** Kurzbefragung der Teilnehmenden zu wahrgenommenen Barrieren, Glaubwürdigkeit der Gastgebenden, Verständlichkeit der Informationen und zum Einfluss des Anlasses auf die eigene Entscheidungsbereitschaft.

Die Wirkung sollte über einen längeren Zeitraum verfolgt werden, da zwischen Solarparty, Planung und tatsächlicher Installation mehrere Monate liegen können. Klären Sie den Zugang zu den Zahlen der letzten Stufe vorgängig: Angaben des Energieversorgungsunternehmens sind nur auf Grundlage einer Vereinbarung über aggregierte Auswertungen erhältlich. Alternativ können Daten aus dem öffentlichen Register der Elektrizitätsproduktionsanlagen von der Pronovo AG und dem Bundesamt für Energie genutzt werden. Dieses ist über geo.admin.ch zugänglich.

Eine randomisierte Kontrollgruppe, wie sie sich bei Briefaktionen anbietet, ist hier nur beschränkt möglich: Die Teilnahme ist freiwillig, die Teilnehmenden sind also bereits interessiert. Praktikable Alternativen sind ein Vergleich zwischen Quartieren mit und ohne Angebot oder eine Warteliste als natürliche

Vergleichsgruppe. Legen Sie die Vergleichsmethode vor der Durchführung fest und dokumentieren Sie sie.

Wichtig: Eine geringe Teilnahmezahl ist kein Misserfolg, sondern eine Erkenntnis. Legen Sie vorab fest, ab welchem Schwellenwert die Aktion angepasst, wiederholt oder eingestellt wird (siehe Checkliste).

Hilfsmittel für die Umsetzung

Mustereinladung zum Anpassen
Checkliste für die Umsetzung
FAQ
Praxisbeispiele

- Lenzburg AG (Fachstelle Umwelt)
- Muri BE (Energiewende Muri-Gümligen)
- Horw LU (Baudepartement, Natur und Umwelt)
- Unterseen BE (Energiewendegenossenschaft Interlaken)

Fachliche Informationen

- **Wirkungsnachweis:** Wirkung von Solarpartys: Hecher et al. 2026 Environ. Res.: Energy 3
- **Bestehendes Konzept und Materialien:** packs-drauf – Solarinfos von und für Nachbarn mit Downloadbereich (Einladungsvorlagen, Handbuch für Gastgebende, Konzept der Solar-Botschafter); Übersicht beim Solarenergie-Förderverein Deutschland
- **Übertragung auf Wärmepumpen:** Wärmepumpen-Botschafter-Offensive (Deutschland)

