

1. Mai 2005

Bereich Solarenergie SWISSOLAR Linder Kommunikation Jahresbericht 2004



Autoren:

David Stickelberger

Erika Linder

Sven Frauenfelder

Titelbild: Siedlung mit Solaranlage in Wetzikon ZH

SWISSOLAR

Seefeldstrasse 5a, 8008 Zürich

Tel. 01 250 88 33 · info@swissolar.ch · www.swissolar.ch · www.energie-schweiz.ch

Inhaltsverzeichnis

1	Zusammenfassung.....	4
2	Beurteilung der Zielerreichung	4
3	Beurteilung der Aktivitäten.....	6
3.1	Information	7
3.2	Aus- und Weiterbildung	12
3.3	Qualitätssicherung.....	13
4	Ausblick	14
5	Kontaktadressen.....	15

1 Zusammenfassung

Die Kampagne „solarbegeistert“ zur Marktförderung der thermischen Solarenergie war auch im 2004 die wichtigste Aktivität von Swissolar. Die Kürzungen der BFE-Beiträge um 40% zwangen jedoch zu Abstrichen. Es wurden weniger Inserate in Medien von nationaler Bedeutung als im 2003 geschaltet. Stattdessen verschob sich der Fokus in die Regionen: Highlight war der erstmals durchgeführte Tag der Sonne am 7. und 8. Mai. Mit Unterstützung von Swissolar organisierten Firmen, Gemeinden, Energieversorger und Schulen 85 Veranstaltungen zum Thema Solarenergie im ganzen Land. Dieser Erfolg übertraf alle vorgängigen Erwartungen und zeigt, wie gross das Interesse an der Solarenergie weiterhin ist. Mit verschiedenen weiteren Massnahmen unterstützt Swissolar die „Solarprofis“ beim Verkauf von Solaranlagen. Dazu gehören Beiträge an Kleininserate und die in Entstehung befindliche Solarprofi-Box mit Hilfsmitteln zum Verkauf und zur Qualitätssicherung.

Die Anfragen zum Thema Solarthermie haben im zweiten Kampagnenjahr nochmals deutlich zugenommen. Eine Umfrage im Kanton Zürich zeigt, dass die abgegebenen Unterlagen bei den potenziellen Bauherren auf grosses Interesse stossen. Es ist zu hoffen, dass mit den Verkaufszahlen 2004 - von plus 15% bei den verglasten Kollektoren - nach vier Jahren der Stagnation nun der Durchbruch Richtung neuer Wachstumsphase gelungen ist.

Die grösste Schweizer Solarstrom-Anlage mit 850 kW Leistung steht seit kurzem auf dem Stade de Suisse in Bern. Dies beflügelte die Verkaufsstatistik. Die Tatsache aber bleibt bestehen, dass in der Schweiz zur Zeit keine Basis für ein nachhaltiges Wachstum der Photovoltaik-Branche existiert, trotz grossem Engagement verschiedener Energieversorger. Aus Budgetgründen konnte Swissolar im 2004 nur in sehr bescheidenem Ausmass das Marketing von Photovoltaik-Anlagen unterstützen. Die anstehenden Entscheide zum Stromversorgungsgesetz sind für die Zukunft der schweizerischen Photovoltaik-Branche von grösster Bedeutung.

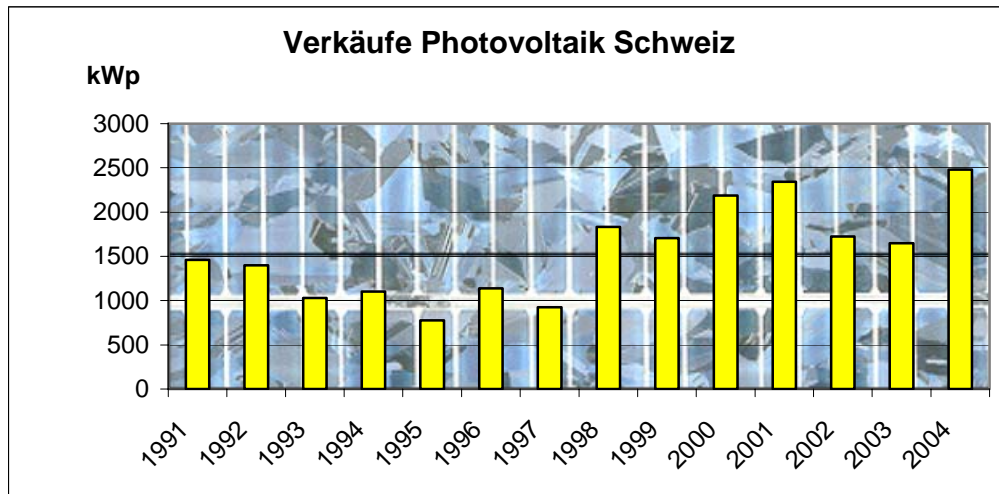
Im ersten Anlauf gelang es nicht, den Solarpreis gemeinsam mit dem PrixEnergie Suisse neu zu lancieren. Mit der Veranstaltung „Best of Schweizer Solarpreis“ mit prominenter Beteiligung konnte dennoch ein grosses Medieninteresse am intelligenten Bauen mit Solarenergie generiert werden.

Ein grosser Teil der Penta-Unterrichtseinheiten liegt nun auf deutsch und französisch vor. Leider ist es bisher trotz grosser Anstrengungen nur ungenügend gelungen, Installateure zum Besuch dieser Lehrgänge zu bewegen. Aus Budgetgründen musste Swissolar seine Aktivitäten in den Bereichen Aus- und Weiterbildung sowie Qualitätssicherung stark reduzieren.

Im Berichtsjahr wurden die Arbeiten zur Restrukturierung der Verbandslandschaft im Bereich Solarenergie in Angriff genommen. Mit dem bevorstehenden Zusammenschluss von SOLAR und SWISSOLAR erhoffen wir uns eine stärkere Nutzung von Synergien und ein noch wirksames Engagement für die Solarbranche.

2 Beurteilung der Zielerreichung

Mit 2.48 MW verkaufter Photovoltaik-Leistung konnte im Berichtsjahr ein deutlicher Marktzuwachs verzeichnet werden. Dieses positive Ergebnis wurde massgeblich beeinflusst durch die PV-Anlage auf dem neuen Stade de Suisse in Bern-Wankdorf mit 850 kWp. Dies ist weltweit die grösste auf einem Fussballstadion installierte PV-Anlage und momentan die grösste PV-Anlage der Schweiz. Die Betreiberfirma BKW-FMB stellt einen weiteren Ausbau der Anlage auf 1.3 MW in Aussicht, wenn die Nachfrage nach Solarstrom weiterhin steigt. Die vorgesehene Solarstrom-Produktionsmenge vom Stade de Suisse konnte bereits zu einem grossen Teil an Firmenkunden und Gemeinden verkauft werden.



Quelle: Markterhebung Solarenergie 2004.



Quelle: BKW, Stade de Suisse

Ohne diese Grossanlage wäre ein weiterer Marktrückgang eingetreten. Offensichtlich ist das Marktpotenzial für den separaten Verkauf von Solarstrom bei Privatkunden weitgehend ausgeschöpft. Das Beispiel der BKW zeigt hingegen, wie bei Firmenkunden und Gemeinden neue Absatzkanäle für Solarstrom erschlossen werden können.

Die Ökostrom-Umfrage der AEE hat 150 EVU mit Solarstromangeboten ergeben. Das sind 20 mehr als im Vorjahr. Die abonnierte Gesamtstrommenge sank leicht auf 31'200 GWh, die Menge des Solarstroms stieg leicht auf 5.6 GWh. Zusätzlich sind in den verschiedenen Mix-Angeboten ca. 0.9 GWh Solarstrom enthalten.

Das erwartete Wachstum durch die Einführung des Labels „naturemade“ ist bisher weitgehend ausgeblieben, da praktisch kein „naturemade basic“-Strom verkauft wurde und dadurch das Fördermodell nicht zum Tragen kam. Mit dem geplanten Verkauf von „naturemade basic“-zertifiziertem Strom als Standardprodukt durch das Elektrizitätswerk der Stadt Zürich könnte sich dies jedoch ändern – wenigstens in der Stadt Zürich und in Teilen Graubündens.

Für ein starkes Marktwachstum beim Solarstrom braucht es aus Sicht von Swissolar die kostendeckende Einspeisevergütung für Strom aus erneuerbaren Energien, wie sie bereits in 13 EU-Staaten wirksam ist. Mit dem Stromversorgungsgesetz (StromVG) bietet sich die Chance, dieses wirksame und effiziente Förderinstrument auch in der Schweiz einzuführen.

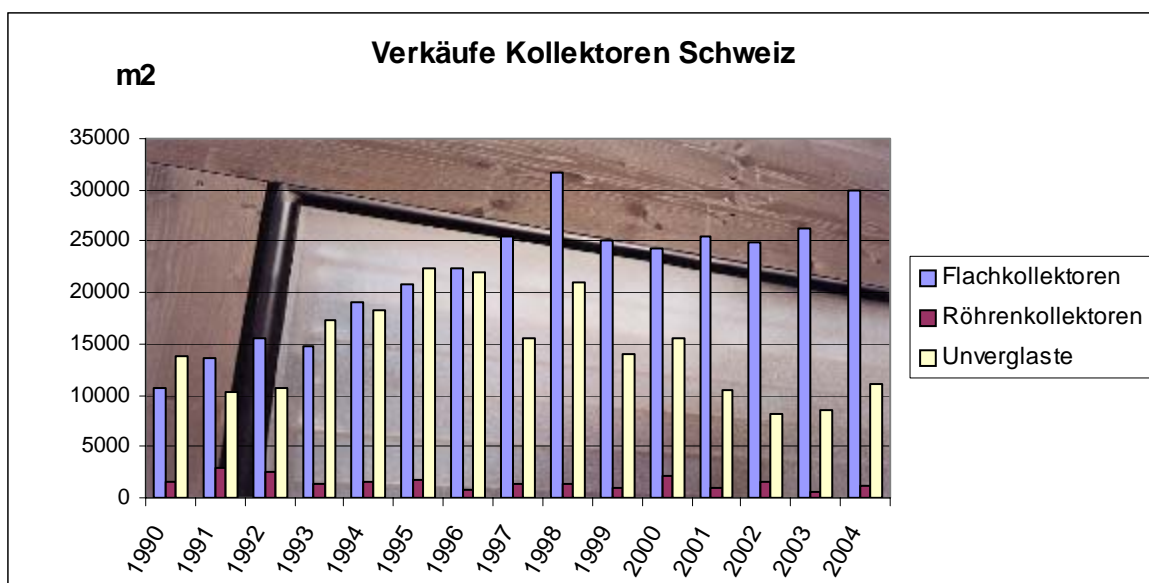
Angesichts der äusserst knappen Mittel konnte Swissolar die Photovoltaik auch im 2004 nur sehr beschränkt fördern.

Bei den verglasten Kollektoren sind die Verkaufszahlen im 2004 um ca 15 % gegenüber dem Vorjahr gestiegen. Angesichts der immer noch schwachen Baukonjunktur und dem Rückzug einzelner Kantone aus der direkten Förderung von Solaranlagen ist dies gutes befriedigendes Ergebnis. Der Preisanstieg beim Heizöl in der zweiten Jahreshälfte 2004 hat sich noch nicht in den Verkaufszahlen niedergeschlagen, da ein Kaufentscheid für eine Solaranlage in der Regel deutlich länger als ein Jahr braucht. Zudem braucht es die Gewissheit bei den Konsumenten, dass der höhere Heizölpreis Bestand hat. Die Kampagne „solarbegeistert“ scheint nun also Wirkung zu zeigen.

Die Kampagne «solarbegeistert» zur Förderung der thermischen Solarenergie läuft seit Anfang 2003 und war ursprünglich auf drei Jahre angelegt. In Rücksprache mit den Firmensponsoren wurde sie bis auf Ende 2006 verlängert. Die meisten Firmen verlängern ihr Engagement.

Die Anzahl Anfragen über direkte Aktivitäten und jene der Kantonsaktionen hat im Berichtsjahr gegenüber 2003 wiederum deutlich zugenommen. Eine Umfrage unter Bestellern der Doku-Mappe «solarbegeistert» von Ende 2002/Anfang 2003 im Kanton Zürich zeigt eine grosse Zufriedenheit mit den erhaltenen Informationen. Von den befragten Haushalten haben inzwischen 16% inzwischen eine Anlage erstellt, weitere 63% prüfen diesen Entscheid. Nur 21% haben die Option definitiv verworfen. Jene, die eine Anlage bauen liessen, sind grösstenteils damit zufrieden.

Die Zahlen stammen aus der Markterhebung Sonnenenergie 2004. Es gibt Hinweise dafür, dass von Installateuren direkt importierte Kollektoren und Module in dieser Erhebung nicht erfasst werden, womit die Marktzahlen tendenziell zu tief liegen.



Quelle: Markterhebung Solarenergie 2004.

3 Beurteilung der Aktivitäten

Im nachfolgenden Beschrieb der Aktivitäten wird nur auf beispielhafte Kennwerte verwiesen. Die vollständigen Daten sind den MIS-Auswertungen zu entnehmen.

SWISSOLAR ist gemeinsam mit der Firma Linder Kommunikation im Rahmen eines Mandats von EnergieSchweiz mit der Förderung der Solarenergie beauftragt. Die Projekte „Solar aktiv – aktiv am Markt“ (Solarwärme) und „Mehr Sonne im Strom“ (Solarstrom) werden von Linder Kommunikation in enger Zusammenarbeit mit SWISSOLAR durchgeführt.

Die Projekte sind in 3 Gruppen eingeteilt:

- Information und Beratung
- Aus- und Weiterbildung
- Qualitätssicherung

Solarstromprojekte beschränken sich auf die Gruppe der Information und Beratung.

3.1 Information

3.1.1 Infoservice SWISSOLAR

SWISSOLAR ist die Informationsdrehscheibe für alle Fragen im Zusammenhang mit Solarenergie. Dabei stützt sich SWISSOLAR soweit wie möglich auf die Kompetenzen seiner Mitglieder.

Die Infoline hat die gesamtschweizerische Nummer 0848 000 104. Seit Anfang 2003 wird auch die 0848er-Telefonnummer von Solar Support durch Swissolar betreut. Die Anfragen werden automatisch nach Sprachregion an die entsprechenden Stellen umgeleitet. Es wird eine Basisberatung angeboten. Interessenten am Thema der thermischen Solarenergie erhalten die Infomappe «solarbegeistert». Weitere Informationsmaterialien stehen zu verschiedenen Fragen zur Verfügung. Auf besonderes Interesse stösst das Verzeichnis «Die Solarprofis» der geprüften Anbieter. Die Kampagne «solarbegeistert» inkl. kantonale Begleitaktionen führten zu einer massiven Steigerung der Anfragen: Im 2004 wurden insgesamt über 7500 Anfragen bearbeitet, gegenüber rund 3200 im 2003.

Sämtliches Prospekt- und Ausstellungsmaterial der Kampagne «solarbegeistert» ist bei Nova Energie eingelagert und wird von Nova Energie in unserem Auftrag verwaltet und versendet.

Für die Zielgruppe Wohnbaugenossenschaften und andere Besitzer von Mehrfamilienhäusern ist ein sechsseitiger Prospekt zum Thema „solare Wasservorwärmung“ geschaffen worden. (Auflage 3000 deutsch, franz. Erst im 2004). Versand an 1500 Adressen des Schweiz. Verbandes für das Wohnungswesen. 200 an weiteren Genossenschaftsverband.

3.1.2 Solarstrom/Oekostrom

Das Projekt Dachmarketing Ökostrom steht unter der Leitung der AEE. Hauptaktivitäten waren die Marktumfrage zu Jahresbeginn und die Oekostrom-Arena im Juni. Die Aktion «Courant vert» bearbeitet den Markt in der Romandie. Begleitet wird das Projekt ebenfalls von AEE.

Weiterhin funktioniert Linder Kommunikation AG als Anlaufstelle für individuelle Vorgehensberatung für EVU und Beantwortung von Anfragen von Medien und Publikum zum Thema Solarstrom

3.1.3 Marketingkampagne Solarthermie «solarbegeistert»

SWISSOLAR hat im Januar 2003 eine Marketingaktion für die Solarthermie unter dem Namen „Solarbegeistert“, resp. „Le solaire, évidemment“ lanciert. Damit sollen die stagnierenden Verkaufszahlen wieder langfristig eine neue Dynamik erhalten. Die Aktivitäten werden massgeblich durch die Produzenten im Bereich Solarthermie

Zentrale Elemente der Kampagne sind:

- Gemeinsames Motto für alle Akteure.
- Konzentration auf die erfolgversprechendsten Marktbereiche. In dem ersten beiden Jahren stand die Warmwasseraufbereitung im Vordergrund, ab 2005 wird zusätzlich auch die Heizungsunterstützung beworben (unter Bezugnahme auf den neuen Standart „Kombi-Kompakt+“ des Solarenergie-Forschungsinstituts SPF Rapperswil).
- Beheben der erkannten Informationsdefizite.

Die Kampagne musste im zweiten Jahr eine deutliche Reduktion der BFE-Beiträge hinnehmen. Dies konnte teilweise durch zusätzliche Sponsoren (17 statt 14) kompensiert werden. Aus Budgetgründen mussten jedoch die Inserateausgaben gekürzt werden. Im Berichtsjahr wurden 26 Inserate geschaltet. Die dafür eingesetzten Publikationen im deutschen und französischen Sprachgebiet haben zusammengezählt rund 5 Millionen Leserinnen und Leser.

Als Vermittler haben die Solarprofis eine grosse Bedeutung bei „solarbegeistert“. Um insbesondere den Installationsbetrieben einen stärkeren Nutzen zu verschaffen, wurden Beiträge an deren Inserate in Lokalzeitungen bezahlt. Zudem wurde das Handling und die Gestaltung von Profis übernommen. Rund 130 Kleininserate wurden so geschaltet.

Zum ersten Mal in der Schweiz organisierte Swissolar am 7. und 8. Mai 2004 einen „Tag der Sonne“, zeitgleich mit Österreich. An 85 Veranstaltungen in der Schweiz machten Installateure, Gemeinden, Energieversorger, Schulen und Hochschulen die Solarenergie zum Thema. Swissolar unterstützte die Organisatoren mit Prospekten, Plakaten, Mustervorträgen und weiteren Hilfsmitteln. Mehr als 4000 BesucherInnen liessen sich an den beiden Tagen informieren. Rund 2000 Personen beteiligten sich am Wettbewerb zum Tag der Sonne. Es gab über 150 Zeitungs- und Radiomeldungen zu diesen Anlässen. „Solarbegeistert“ wurde 85 mal in den Medien erwähnt.

Die Nachfrage nach Informationsmaterial und Dienstleistungen konnte gegenüber dem ersten Kampagnenjahr verdoppelt werden. Es wurden rund 3000 Informationsmappen verschickt. Der Tag der Sonne leistete dazu einen wesentlichen Beitrag. Zusätzlich sind in den Parallelkampagnen mit den Kantonen (Leitung: Linder Kommunikation) etwa 4500 Info-Dossiers abgeben worden.

Auswirkungen von „solarbegeistert“ auf das Marktgeschehen sind erst längerfristig zu erwarten. Immerhin konnte im 2004 wiederum ein kleiner Zuwachs bei den verglasten Flachkollektoren verzeichnet werden. Eine Umfrage im Kanton Zürich bei Bestellern der Info-Mappe „solarbegeistert“ führte zu folgenden Ergebnissen: Die Besteller waren mit den gelieferten Info-Materialien sehr zufrieden. 16% haben nach rund 2 Jahren eine Anlage erstellt, weitere 63% prüfen diesen Entscheid noch. Nur 21% haben die Option definitiv verworfen. Jene, die eine Anlage bauen liessen, sind grösstenteils damit zufrieden.



Kurz die wichtigsten Daten:

- 70 Inserate geschaltet mit total ca. 1.6 Mio. Lesern (liegt höher als geplant).
- 50000 gedruckte Leporellos, 525 retournierte Exemplare (liegt deutlich unter den Erwartungen, Verteilung der Leporellos funktioniert bisher ungenügend).
- 300000 Hits auf den Teilbereich der Website www.swissolar.ch
- nicht erfassbar: Anzahl verwendete Inserate und Musterartikel aus dem Werbekit für Solarprofis
- 38 Berichte über die Kampagne in den Medien

Elemente der Kampagne befinden sich in den meisten der nachfolgend beschriebenen Projekte.



3.1.4 Photovoltaik-Marketing

Angesichts der starken Fokussierung der Swissolar-Marketingaktivitäten auf die Solarthermie wurde ein Pilotprojekt lanciert, das Möglichkeiten für ein späteres verstärktes Marketing für Photovoltaik-Anlagen aufzeigen soll.

Im Juni 2005 wurde mit Unterstützung von Swissolar ein Mailing an 2300 Adressaten im Einzugsgebiet des Elektrizitätswerks der Stadt Zürich (ewz) durchgeführt. Zielgruppe waren Hauseigentümer im Versorgungsgebiet der Stadt Zürich sowie in Graubünden. Es wurde eine Standard-Photovoltaik-Anlage zu einem festen Preis angeboten: 2 kWp für Fr. 17'800.- inkl. aller Installationskosten. Die Nettokosten für die Investoren betrugen nach Abzug des ewz-Beitrages Fr 7'800.-

Unter Berücksichtigung der zusätzlich möglichen steuerlichen Vergünstigung resultierte ein effektiver Preis von etwa Fr. 3000.- pro kWp. Dies ergibt annähernd eine kostendeckende Vergütung. Der Erfolg des Versands war dementsprechend recht gross: Etwa 30 Anlagenstandorte wurden besichtigt und total 33 Offerten ausgestellt. Total resultierte eine zu installierende Leistung von etwa 100kWp (insgesamt 23 Anlagen).

Die Vorbereitungsarbeiten innerhalb der Arbeitsgruppe enecolo, BENETZ, Suntechnics und ADEV Aarau waren sehr intensiv. Insgesamt wird mit Vorlaufkosten von etwa Fr. 30'000.- gerechnet. Das Mailing selbst inkl. Druckkosten wurde grösstenteils durch Swissolar finanziert. Die Mailingkosten (ohne Vorbereitungsarbeiten) liegen bei nur etwa 1 % des Umsatzes.

Fazit: Es existieren ideale Voraussetzungen im ewz-Versorgungsgebiet, die bisher zu wenig genutzt wurden. Ähnliche Marketingaktionen in anderen Gebieten sollen zeigen, ob solche Versände auch bei weniger vorteilhaften Förderbedingungen wirksam sind.

3.1.5 Newsletter und Medienarbeit

Swissolar beteiligt sich seit 3 Jahren mit einer Seite pro Ausgabe an der Zeitschrift „Erneuerbare Energien“ der SSES. Die Zeitschrift erscheint 6-mal jährlich in deutscher und französischer Sprache.

Verschiedene Artikel in Fach- und Publikumszeitschriften informierten über die Vorzüge der Solarenergie und gute Anwendungsbeispiele, gestützt auf Informationen von SWISSOLAR und dessen Mitgliederverbänden. Zu diesem Zweck konnten die gut etablierten Kontakte zu Redaktoren und freien Journalisten genutzt werden. Der Swissolar-Geschäftsführer konnte sich im Rahmen der Sendungen „Rendez-vous am Mittag“ und „Echo der Zeit“ zu den Perspektiven der Solarenergie äussern.

Die Schwierigkeiten das Thema Solarstrom in den breiten Medien zu platzieren, hat zu einer gezielten Medienarbeit in Fachzeitschriften geführt (z.B. Beispiele aus Gastronomie, Landwirtschaft). Die Texte wurden gegen Ende Jahr aufbereitet und anfangs 2004 in den entsprechenden Fachmedien platziert. Zusätzlich erfolgte die Schaltung des Inserates „Hochsaison für Solarstrom“ im Beobachter, Pro Natura-Zeitschrift und Schweizer Familie.

Swissolar unterstützt weiterhin die «AEE-News», die 2004 in 4 Ausgaben (deutsch, französisch) erschien. Im Vordergrund standen die Klimapolitik und die Strommarktliberalisierung. Dabei konnte mehrmals auf die Anliegen und Potenziale der Solarenergie hingewiesen werden.

3.1.6 Informationsmittel / Website

Die Website www.swissolar.ch verzeichnete im 2004 3.8 Millionen Hits, was einer Steigerung um fast 50% gegenüber dem Vorjahr entspricht. Besonders rege wird von der Möglichkeit Gebrauch gemacht, direkt über Internet Materialien zu bestellen oder Merkblätter direkt vom Internet herunterzuladen. Das Anbieterverzeichnis „Die Solarprofis“ ist direkt über Internet zugänglich und erlaubt eine

Selektion nach Regionen und Angeboten. Im 2004 wurde mit der vollständigen Überarbeitung und Umstellung der Website auf ein Content Management System (CMS) begonnen. Dies ermöglicht die einfachere Aktualisierung der Website.

Die Merkblattserie „Sonne & Co.“ (deutsch, französisch, italienisch) erfreut sich weiterhin grosser Beliebtheit und musste teilweise nachgedruckt werden. Mit Unterstützung der Fördergemeinschaft Wärmepumpen (FWS) und des Verbands Schweizerischer Elektrizitätswerke (VSE) wurde das neue Merkblatt Photovoltaik und Wärmepumpen auf Deutsch und Französisch erstellt. Verschiedene Publikationen wurden zudem im Rahmen der Kampagne „solarbegeistert“ erstellt (siehe dort).

Die SSES betreibt weiterhin mit Unterstützung von Swissolar ein elektronisches Bildarchiv. Im Berichtsjahr wurde eine Überarbeitung in Angriff genommen, mit dem Ziel, die Benutzerfreundlichkeit zu erhöhen (u.a. direkter Download von Bildern mit hoher Auflösung). Swissolar liess eine Bilderserie von Solaranlagen mit „human touch“ von einem Fotografen erstellen, die in der Medienarbeit eingesetzt wird.

3.1.7 Regionale Aktivitäten

Die Kantonsaktionen umfassen Aktivitäten von Swissolar und Linder Kommunikation in Zusammenarbeit mit den Kantonen und den regionalen Gruppierungen von Solar Support. Die Partner koordinieren Ihre Aktivitäten, um optimal Synergien zu nutzen. Die Zusammenarbeit mit den kantonalen Fachstellen hat gut funktioniert. Geschätzt wird, dass die Aktion ein fertig geschnürtes Paket von Massnahmen anbietet. Die Dienstleistungen unterstützen die Kantone wirkungsvoll, so dass nur wenig Mehrarbeit für die Fachstellen verbleibt. Im Gegenzug stellen diese ihre Infrastruktur für Versände und Lokaltäten für Anlässe zur Verfügung.

Das Interesse der kantonalen Energiefachstellen an der Durchführung der Marketingaktionen ist unterschiedlich. Die Prioritäten der Energiepolitik, finanzielle Ressourcen und persönliche Präferenzen prägen die Bereitschaft, sich für eine Marketingaktion zu engagieren. Verschiedene Kantone sind bereit, sich für ein Jahr zu verpflichten, möchten aber im nächsten Jahr die (knappen) finanziellen Ressourcen für einen anderen Schwerpunkt einsetzen. Im Einzelfall (BS) sind die finanziellen Mittel üppig vorhanden, um eigene Aktionen in Gang zu setzen (1000-Dächer-Programm). In anderen Fällen verhindern keine oder geringe Mittel (Zentralschweiz) eine Vertiefungsaktion. Im Zeichen von Budgetrestriktionen wird auch befürchtet, dass ein verstärktes Marketing zu einer (zu) starken Nachfrage nach Fördermitteln führt.

All diese Faktoren führen dazu, dass der Kreis der Kantone, die in das Marketing für die Solarenergie investieren möchten, beschränkt ist.

Die Direct Mails des Leporellos «solarbegeistert» wurden ausgeführt in den Kantonen AI, AR, NE und SH. Total wurden 43'788 Hauseigentümer kleinerer Wohngebäude mit Adressen der kant. Gebäudeversicherungen angeschrieben. Gemäss Anfragen bei den Kant. Energiefachstellen ist die Wirkung der Versände gut feststellbar (Rücklaufquote bis 8%). Gesamthaft konnten rund 4500 Infodossiers und 4000 Broschüren „Solare Vorwärmung in MFH versandt werden.

3.1.7.1 SWISSOLAR-Netzwerke

Um die Kontakte zwischen den kantonalen Energiefachstellen und den regionalen Akteuren zu intensivieren, wurden in den Regionen Zürich und Basel Netzwerke ins Leben gerufen. In Zürich entwickelte dieses Gremium eigene Aktivitäten, die von der Energiefachstelle finanziell unterstützt wurden. In Basel hat sich diese Form der Zusammenarbeit nicht bewährt, weshalb das Netzwerk per Ende 2004 eingestellt wurde.

3.1.7.2 Tage der offenen Tür

Bei den Tagen der offenen Türe wird dem Besucher ein in Betrieb befindliches (Haus-) System vorgeführt. Man kann sich von der Einfachheit und Zuverlässigkeit einer Solaranlage überzeugen. Die meisten der durchgeführten ToFT (Total 15) wurden in MINERGIE Gebäuden abgehalten, so konnten im selben Zug auch neue Gebäude- und Haustechniken vorgeführt und erklärt werden.

3.1.7.3 Informationsveranstaltungen

Im Zeitraum der Berichterstattung wurden 8 Informationsveranstaltungen in den Kantonen BS/BL, LU, TG, FR, SZ, SG und Region Mittelland durchgeführt. Früher konnten an einer Info-Veranstaltung über 50 Besucher begrüsst werden, heute sind es noch 20 bis 30 Besucher. Information direkt am Objekt, z.B. an einem Tag der offenen Tür oder einer Gewerbesmesse über das Thema Sonnenenergie scheint erfolgreicher zu sein.

Die EnergiePraxis Seminare im Kanton ZH mit Referat zu Solarenergie lockten rund 400 Teilnehmer an.

3.1.7.4 Messen, Ausstellungen, Events

An Messeauftritten gelangt man einfach an sehr viel Publikum. Der Auftritt muss attraktiv und ansprechend gestaltet sein. Man muss vor allem die Besucher erreichen, die sich nicht wegen dem Thema „Solar“ zur Messe begeben haben. Wenn das gelingt, kann man neue „solarbegeisterte“ gewinnen und überzeugen.

Messeauftritte haben eine sehr gute Breitenwirkung. Die thematische Zusammenführung von MINERGIE, bau-schlau und solarbegeistert hat das Interessensfeld für den Besucher geöffnet.

An den 4 Messeauftritten im Berichtsjahr wurden einige (Zehn-) Tausend Besucher auf das Thema Sonne aufmerksam gemacht. Etwa 1'000 bis 1'500 Besucher konnten direkt angesprochen werden.

Bei Standaktionen gelangt man ähnlich wie bei den Messeauftritten an viel Publikum. Der Auftritt muss attraktiv und ansprechend gestaltet sein. Standaktionen sind wie Messeauftritte geeignet, um neue Kunden zu überzeugen und für den Einsatz der Sonnenenergie zu gewinnen.

Standfläche in einer Shoppingmall zu erhalten ist nicht einfach oder mit Kosten verbunden. Die Besucher sind schwerer "aufzuhalten" im Innern einer Mall als im Freien. Bei Standaktionen im Freien kann das Wetter eine entscheidende Rolle spielen. Bei schlechtem, regnerischem Wetter kann man die Leute nicht am Stand halten. Bei gutem Wetter sind Standaktionen jedoch eine ideale Plattform für unser Thema.

Insgesamt wurden 10 Standaktionen durchgeführt im Jahre 2004. Mit dieser Massnahme konnten schätzungsweise etwa 800 bis 1'000 Besucher direkt angesprochen werden. Die Anzahl der Passanten ist schwierig abzuschätzen, dürfte aber bei 2'000 bis 3'000 liegen.

3.1.8 Solarpreis

Gemäss einer Vereinbarung mit dem Bundesamt für Energie sollte der bisherige Solarpreis in den neu geschaffenen PrixEnergie Suisse integriert werden. Die geplante Preisverleihung im Januar 2005 musste jedoch wegen Meinungsverschiedenheiten zwischen dem Bundesamt und der verantwortlichen Arbeitsgruppe sistiert werden.

Stattdessen führte die Solar Agentur Schweiz am 29. September 2004 in Lausanne die Veranstaltung „Best of Schweizer Solarpreis“ durch. Vorgestellt wurden die zehn überzeugendsten Objekte, Anlagen und Bauten, die seit 1991 mit dem Schweizer Solarpreis ausgezeichnet wurden. Die Preisverlei-

hung erfolgte durch Frau Bundesrätin Micheline Calmy-Rey. Anwesend waren zudem mehrere Nationalräte.

Swissolar unterstützte die Veranstaltung aus eigenen Mitteln.

3.1.9 Information Behörden und Öffentlichkeit

Diese Aktivität wird ausschliesslich aus Mitgliederbeiträgen von SWISSOLAR finanziert.

Ziele:

- Umsetzung des Verfassungsauftrags und der gesetzlichen Grundlagen (Energiegesetz)
- Verbesserung der Rahmenbedingungen für die Sonnenenergie, die Energieeffizienz und weitere erneuerbare Energien
- Aufstockung der Budgetmittel beim Bund für Erneuerbare Energien und insbesondere für Solarenergie

Nicht zuletzt dank dem grossen Engagement der an der Solarenergie interessierten Kreise konnte das Budget für EnergieSchweiz in drei Positionen auf dem Vorjahresniveau beibehalten werden.

3.2 Aus- und Weiterbildung

3.2.1 Penta Project

Im Jahr 2000 wurde unter anderem auf Initiative von SWISSOLAR das Penta Project lanciert, eine Weiterbildungsinitiative für erneuerbare Energien. Die Trägerschaft besteht aus allen Thema interessierten Berufsverbänden und Netzwerken von EnergieSchweiz. Geplant ist ein modular aufgebautes Bildungsangebot in den fünf Bereichen Grundlagen, Marketing, Sonne, Holz und Umweltwärme.

SWISSOLAR ist verantwortlich für die Erarbeitung der Module im Solarbereich. Das Jahr 2004 stand ganz im Zeichen der Konsolidierung des Erreichten. Die Übersetzung der überarbeiteten Lerneinheiten im Bereich Solarwärme ins Französische wurde fertig gestellt, so dass die wichtigsten Unterlagen nun sowohl in deutsch und französisch vorliegen.

Die Kürzungen der Firmen im Bereich Weiterbildung wurden deutlich spürbar, konnten doch nur noch wenige Kurse durchgeführt werden. Damit besteht ein immer grösserer Gegensatz zwischen wenigen Interessenten und begeisterten Absolventen von Penta Kursen. Erfolgreicher, aber so nicht vorgesehen war der Erfolg von Penta in der Weiterbildung der verschiedenen Verbände. So nahm zum Beispiel der Verband Dach und Wand Stoff aus den beiden Modulen Solarwärme und Solarstrom in seine eigenen Weiterbildungsmodule auf. In diesen Bereichen ist Penta Project sehr erfolgreich und erreicht Leute, die ursprünglich gar nicht als Zielpublikum deklariert wurden.

Schlussendlich wurden die Umsetzungsarbeiten für Penta in der Romandie an die Hand genommen und in der Person von Freddy Moret nahm auch ein Vertreter der Romandie Einsitz in den Ausschuss. Die künftige Struktur wird auf Anfang 2005 der Nachfrage angepasst und schlanker gestaltet. SWISSOLAR bleibt dabei weiterhin für die beiden Module Solarwärme und Solarstrom verantwortlich.

3.3 Qualitätssicherung

3.3.1 Anbieterverzeichnis «Die Solarprofis»

Seit November 2000 ist auf der SWISSOLAR-Website das Anbieterverzeichnis „Die Solarprofis“ zu finden. Darin sind erfahrene Planer, Installateure und Hersteller von Solaranlagen aus verschiedenen Mitgliederverbänden von SWISSOLAR zu finden. Ende 2004 waren rund 280 Firmen eingetragen. Regionale Auszüge des Verzeichnisses werden der Mappe „solarbegeistert“ beigelegt.

Im Berichtsjahr wurden folgende Aktivitäten durchgeführt:

- Einsatz des Verzeichnisses in der Beratung von Bauherrschaften, u.a. mit gedruckten Listen (ganze Schweiz und Regionen).
- Einbindung der Solarprofis in die Kampagne „solarbegeistert“ (siehe entspr. Kapitel): Unterstützung bei der Schaltung von Kleininseraten, Unterstützung bei Veranstaltungen zum Tag der Sonne, Angebot von Kampagnenmaterial.
- Beginn der Erarbeitung des Hilfsmittels „Solarprofi-Box“: Dieses erscheint im Frühling 2005 und umfasst Tipps zu Marketing und Qualitätssicherung, verschiedene Formulare (Auszüge aus dem Solarordner) sowie verschiedene elektronische Vorlagen auf CD.

3.3.2 ERFA-Plattform

Zur Sicherstellung der hohen Qualität von neu installierten Solaranlagen werden die „Solarprofis“ von SWISSOLAR regelmässig mit aktuellen Informationen zu Fragen rund um die Qualitätssicherung beliefert. Die ERFA-Plattform bestand im 2004 aus zwei Elementen:

- 3 ERFA-Tagungen, gemeinsam mit SOLAR (mit bis zu 30 Teilnehmern).
- Internet-Plattform für die Solarprofis mit Berichten der ERFA-Tagungen, Übersichten zu Weiterbildungsmöglichkeiten, Tipps zu immer wieder auftretenden Problemen (www.swissolar.ch/erfa)

Die Solarprofis werden regelmässig schriftlich und per e-Mail über neue Angebote informiert. Das Interesse an der Internet-Plattform ist noch ungenügend. Verbesserungsmöglichkeiten werden u.a. mit einer Umfrage ermittelt.

3.3.3 Ombudsstelle Solarenergie

Rückgang der Ombudsfälle –Zunahme der telefonischen Anfragen.

Im Berichtsjahr wurden noch hängige Fälle abgeschlossen und nur 2 neue Ombudsfälle behandelt. Dagegen konnten etwa 10 Anfragen an die Ombudsstelle ohne den Einbezug einer Ombudsperson vor Ort erledigt werden.

In einigen Fällen genügte es, die Bauherren auf das korrekten Vorgehen bei Beanstandungen hinzuweisen oder auch Informieren darüber, was eine Solaranlage kann, und was nicht.

Die Erfahrung zeigt, dass in vielen (Ombuds-)Fällen auf der einen Seite zu hohe Erwartungen der Bauherrschaft bezüglich der Leistungsfähigkeit der Anlage bestehen, auf der anderen Seite der Installateur der Inbetriebnahme der Anlage und Instruktion des Betreibers zu wenig Beachtung schenkt. Die Ombudsstelle ist weiterhin nicht aktiv, wenn bereits Gerichte angerufen worden sind. Für die Vermittlung von Experten steht sie jedoch zur Verfügung.

4 Ausblick

Die Kampagne „solarbegeistert“ wird bis 2006 mit Unterstützung der wichtigsten Hersteller und Importeure weitergeführt. Der zum zweiten Mal durchgeführte Tag der Sonne vom 21./22. Mai 2005 ist das wichtigste Ereignis dieser Kampagne. Inserate in einigen wichtigen deutsch- und französischsprachigen Publikationen sowie Aktionen in Zusammenarbeit mit kantonalen Energiefachstellen (verantwortlich: Linder Kommunikation) sind weitere Elemente der Kampagne. Mit der Solarprofi-Box erhalten die bei Swissolar eingetragenen Anbieter verstärkte Unterstützung in den Bereichen Marketing und Qualitätssicherung.

Nach dem vorläufigen Scheitern des PrixEnergie Suisse werden im 2005 nochmals die Solarpreise verliehen. Swissolar ist weiterhin an einer gemeinsamen Auszeichnung intelligenter Bauten interessiert.

Die knappen Bundesbeiträge zwingen dazu, die Arbeiten in den Bereichen Bildung und Qualitätssicherung auf das absolute Minimum zu reduzieren. Es liegt nun an den Berufsverbänden, die fertigen Kursunterlagen zu Penta Project in der Praxis anzuwenden.

Die Aktivitäten zu Gunsten der Marktbearbeitung von Solarstrom liegen hauptsächlich bei Linder Kommunikation (Beteiligung an der Aktion Ökostrom der AEE). Swissolar unterstützt zusätzlich die Aktivitäten der Branche zur Verkaufsförderung von PV-Kleinanlagen.

Die im 2005 bevorstehenden Entscheide zur CO₂-Abgabe und zum Stromversorgungsgesetz sind von grösster Bedeutung für die Zukunft der Solarenergie in der Schweiz.

Swissolar wird gestärkt durch die bevorstehende Strukturbereinigung in die zweite Mandatsperiode von EnergieSchweiz einsteigen. Die damit verbundenen Arbeiten werden im 2005 den vollen Einsatz aller Beteiligten verlangen.

Für das Jahr 2005 sind neu Aktionen in den Kantonen SZ und VD vorgesehen. In anderen Kantonen sind Fortsetzungsaktionen geplant (NE, FR, ZH). Zusätzlich sollen alle bisher durch die Kantonsaktionen erfassten Adressen aus Erstmailings nachbearbeitet werden.

5 Kontaktadressen

EnergieSchweiz – Beauftragte im Bereich Solarenergie

SWISSOLAR Arbeitsgemeinschaft für Solarenergie	Seefeldstrasse 5a 8008 Zürich	www.swissolar.ch info@swissolar.ch
Linder Kommunikation AG	Werkgasse 5 8034 Zürich	www.linder-kom.ch zuerich@linder-kom.ch

Unterauftragnehmer

Linder Kommunikation AG	Werkgasse 5, 8034 Zürich	zuerich@linder-kom.ch
Nova Energie, Aarau	Schachenallee 29, 5000 Aarau	Office.aarau@novaenergie.ch
Solar Agentur Schweiz	Sonneggstr. 29, Postfach 2272, 8033 Zürich	www.solaragency.org suisse@solaragency.org
Solar Fachverband	Yves Roulet, Ile Falcon, 3960 Sierre	www.solarpro.ch
Solar Support	Postfach 812, 8501 Frauenfeld	www.solarsupport.ch info@solarsupport.ch
SSES	Postfach 358, 3000 Bern 14	www.sses.ch office@sses.ch
Studioenergia Sagl	6670 Avegno	claudiocaccia@bluewin.ch
Suissetec	Postfach, 8023 Zürich	www.suissetec.ch info@suissetec.ch
Solstis Sarl	Sebeillon 9b, 1004 Lausanne	www.solstis.ch info@solstis.ch

Mitglieder SWISSOLAR

Mitglieder SWISSOLAR und ihre Vertretung in der Generalversammlung

- **SOLAR**, Schweizerischer Fachverband für Sonnenenergie: Yves Roulet
- **Solar Agentur**: Gallus Cadonau
- **Solar Support**: Christoph Bartholdi
- **suissetec**, Schweizerisch-Liechtensteinischer Gebäudetechnikverband: Martin Sager
- **SZFF**, Schweizerische Zentralstelle für Fenster- und Fassadenbau: Rudolf Locher
- **VSE**, Verband Schweizerischer Elektrizitätsunternehmen: Wilfried Blum
- **SVDW**, Schweizerischer Verband Dach und Wand: Thomas Mathis