Wirtschaft; Gewerbe, Handel, Dienstleistungen – Wi4 *Strukturierend / investiv*

Kampagne für PV-Ausbau, Zielgruppe Wirtschaft

Einführung der Maßnahme / Dauer
1/2024 bis 06/2026; 6 Monate Erarbeitung, zwei Umsetzungen

Priorität
mittel

Ausgangslage
Die Potenzialanalyse ermittelt bedeutende PV-Ausbaupotenziale für den Kreis Unna, die zu einem großen Anteil auf den Wirtschaftssektor entfallen. Bis 2050 sind Minderungen in Höhe von rd. 555 Tsd. t THG durch die Ausschöpfung von PV-Potenzialen im Kreis Unna möglich (inkl. Potenziale auf Wohngebäuden). Die Erfahrung zeigt, dass Potenziale trotz Wirtschaftlichkeit nicht automatisch realisiert werden, sondern es weiterer Bemühungen bedarf. Typische Hemmnisse befinden sich im Bereich Finanzen, Wissen oder Aufwand.

Ziele und Strategie
Mit dem Ziel, die ausgewiesenen PV-Potenziale weitestgehend auszuschöpfen, soll mit kampagnenartigen Elementen mehr Bewusstsein bei Unternehmen geschaffen sowie die Bereitschaft zum Handeln verbessert werden.
Der Kreis erarbeitet Informations- und Kampagnenbausteine, die im Wesentlichen über die Kommunen vermittelt werden. Als begleitende Maßnahme fördert der Kreis Unna die Durchführung von Statik-Prüfungen für eine Photovoltaik-Nutzung auf Bestandsgebäuden von Unternehmen, insbesondere auf Gewerbehallen und Gebäuden mit Leichtbauweise. Hierfür realisiert er entweder ein Förderprogramm für Unternehmen der Sektoren Industrie, Gewerbe, Handel, Dienstleistungen oder schließt einen Rahmenvertrag mit ausgewählten Statikern ab, die dann die Prüfung in den interessierten Unternehmen vornehmen.

Beschreibung
In einem kleinen Kreis von Fachexperten zum Thema Einsatzmöglichkeiten von PV (und ggf. Solarthermie) in der Wirtschaft sollen verschiedene attraktive Nutzungs- und Kombinationsmöglichkeiten eruiert werden. Diese sind beispielsweise.

- Eigenstromerzeugung und Speicherung
- Kombination mit (firmeneigener) Mobilität
- PV und Gründach
- Solarthermie in Wärmeprozessen
- Wärmeversorgung im Quartier

Durch eine Agentur werden diese Optionen in ansprechende Werbe-/Medienformate übersetzt. Dabei sollte geprüft werden, ob auf eine Kampagne der ehemaligen EA.NRW, jetzt Landesgesellschaft NRW.Energy4Climate, für die Zielgruppe Wirtschaft aufgebaut werden kann. Werbe- und Medienformate können möglichst spezifisch und räumlich fokussiert, ggf. nach Auswertung des Solarpotenzialkatasters oder auf Grund von Ortskenntnissen der örtlichen Wirtschaftsförderungen, an die Unternehmen kommuniziert werden. Hierfür kommen exemplarisch folgende Vorgehensweisen in Frage:

- Plakate in Gewerbegebieten
- Artikel/Anzeigen in Branchen-Medien
- Vermittlung über die kommunalen Wirtschaftsförderungen
- Postwurfsendungen
- Persönliche Ansprache und nachfolgend Info-Email/-Post
- Nutzung vorhandener Netzwerke (z. B. Wi5)

Eine enge Zusammenarbeit mit den kommunalen Wirtschaftsförderungen und Klimaschutzmanagements in den kreisangehörigen Städten und Gemeinden ist elementar, da diese im Kontakt zu den Unternehmen in den Kommunen stehen.
Begleitend sollten Informationsveranstaltungen in Gewerbegebieten angeboten werden, in denen Handlungsoptionen durch Experten vorgestellt werden sowie Fragen und Diskussion möglich sind.
In Kooperation mit den kommunalen Wirtschaftsförderungen sind ggf. zusätzlich spezifische und persönliche Ansprachen von Unternehmen möglich.

Handlungsschritte

1. Erarbeitung von Themen für die Kampagne in einer Expertenrunde
2. Ausarbeitung Kampagnenelemente durch Agentur
3. Verbreitung der Kampagnenelemente in Zielgebieten
4. Organisation von Informationsveranstaltungen
5. Ergänzende, möglichst persönliche Ansprache von Unternehmen
6. Auswertung

Monitoring-Indikatoren/Meilensteine

Themen für Kampagne ermittelt, Kampagne ausgearbeitet; Entwicklung installierter PV-Anlagen, Besucher Informationsveranstaltungen

Geplante Finanzierung und Fördermöglichkeiten

Haushaltsmittel

Zielgruppe und Kommunikation

Unternehmen mit PV-geeigneten Dachflächen; Ansprache über branchenspezifische Medien, Printmedien auf Gewerbegebietsebene, wenn möglich persönliche Ansprache

Verantwortliche und Beteiligte

Klimaschutzmanagement, Wirtschaftsförderung des Kreises, kommunale Wirtschaftsförderungen, kommunale Klimaschutzmanagements, Akteure der Solarbranche

Kriterienbewertung		Anmerkung
+	Endenergieeinsparung	n. q.
++	THG-Reduktion	Annahme, dass Kampagne dazu beiträgt, die bis 2030 ausgewiesenen Dachflächen-PV-Potenziale zu heben; Quantifizierung in Maßnahme BI7; für Statik-Förderprogramm: Annahme, dass 20 von 25 Prüfungen pro Jahr/Umsetzung im Kreis positiv ausfallen und davon ca. 12 Anlagen à 30 kW p realisiert werden; dadurch können 152 t THG-Minderung erzielt werden (Verdrängung von Bundesstrom durch PV-Strom); bei zweimaliger Umsetzung: 305 t THG-Minderung
++	Zeitlicher Aufwand (Personal)	ca. 40 Tage im ersten Jahr inkl. Erarbeitung Kampagne mit einer Agentur, 20 Tage je Folgejahr für Abstimmung mit Kommunen und unterstützende Arbeiten; zusätzlich einmalig ca. 7 Tage für Entwicklung Statik-Förderprogramm

+++	Finanzieller Aufwand (Sachkosten, externe Dritte)	15.000 € für Erarbeitung Kampagne, ca. 5.000 € Materialkosten je Umsetzung; ggf. entfallen weitere Kosten auf die kreisangehörigen Kommunen; Synergieeffekte mit BI7; Annahme, dass je Umsetzung 25 Unternehmen im Kreis eine Statikprüfung à 1.000 € durchführen (Finanzierung über EE6)
+++	Aufwand-Nutzen-Verhältnis	mittlerer Aufwand für die effektive Ansprache großer Potenziale
++	Regionale Wertschöpfung	mittel, wenn nachfolgend Umsetzungen angestoßen werden sowie Energiekosteneinsparungen bei den Unternehmen

Flankierende Maßnahmen; Synergieeffekte

BI7 – Kreisweite PV-Kampagne Zielgruppe Bürger

Hemmnisse und Zielkonflikte

-

Sonstige Hinweise

Informationsroadshow „Mehr Photovoltaik auf Gewerbedächern – Kampagne 2021+“ von Land NRW zusammen mit IHK NRW, Landesverband Erneuerbare Energien LEE NRW und EnergieAgentur.NRW