



HANDLUNGSLEITFADEN

KOMMUNALE SOLAR- KAMPAGNE

INHALT

Hessen aktiv: Die Klima-Kommunen	3
Angebotsbaustein „Vorbereitete Maßnahmen“ – wir bereiten vor, Sie setzen um ...	3
Die Idee – der modulare „Maßnahmenkoffer“	3
Die Rolle der Fachstelle der Klima-Kommunen – Ihre Bühne, wir bleiben im Hintergrund	4
Vorbereitete Massnahme „Kommunale Solarkampagne“	4
Zielgruppen der Kampagne – die Bürgerinnen und Bürger sowie die Unternehmen Ihrer Kommune	5
Was die Vorbereitete Maßnahme leistet – und was nicht	5
Die Maßnahmenbausteine der kommunalen Solarkampagne – eine Übersicht	6
Teilnahme – auf einen Blick	8
Planung Ihrer Kampagne	9
Bausteine festlegen, Budget klären, Entscheidungspersonen einbinden	9
Vorhandenes Know-how nutzen und Dritte aktivieren	10
Zeitplan festlegen	11
Beratungsangebot schaffen	12
Informations-Webseite erstellen	13
Berichterstattung nach der Kampagne	14
Die Bildwelt der Kampagne	14
Die Kampagnen-Bausteine im Detail	16
Baustein „Kampagnen-Kick-Start“	16
Baustein „Digitale Plakat-Vorlagen“	24
Baustein „Digitale Inhalte für eine Social-Media-Kampagne“	27
Baustein „Digitaler Fotopool“	28
Baustein „Veranstaltungskonzept“	30
Baustein „Wettbewerbskonzept“	30
Nutzungsbedingungen	31
Ihre Meinung ist uns wichtig	33
IMPRESSUM	34

HESSEN AKTIV: DIE KLIMA-KOMMUNEN

Das Land Hessen unterstützt die hessischen Kommunen bei den Herausforderungen des Klimawandels in vielfacher Hinsicht. Das Bündnis „Hessen aktiv: Die Klima-Kommunen“ bietet hierfür eine zentrale Plattform. Es ist ein Netzwerk hessischer Städte, Gemeinden und Landkreise für den Klimaschutz und die Anpassung an die Folgen des Klimawandels. Die fachliche Betreuung des Bündnisses liegt bei der **Fachstelle für die Klima-Kommunen, die bei der LEA LandesEnergieAgentur Hessen** angesiedelt ist.

Gemeinsames Ziel ist es, den Energieverbrauch und die Treibhausgasemissionen zu reduzieren und sich an verändernde klimatische Bedingungen anzupassen. Das Bündnis bringt die Kommunen zusammen und fördert den Wissenstransfer. Die Mitgliedskommunen werden in Fragen rund um den Klimaschutz und die Klimaanpassung aktiv beraten. Sie haben Zugang zu unterschiedlichen Veranstaltungen und vielfältigen weiteren Angebotsbausteinen, zu denen auch die „Vorbereiteten Maßnahmen“ zählen. Alle Angebote des Klima-Kommunen-Bündnisses finden Sie gesammelt auf der Homepage: www.klima-kommunen-hessen.de.

Angebotsbaustein „Vorbereitete Maßnahmen“ – wir bereiten vor, Sie setzen um

Im Rahmen des Angebots „Vorbereitete Maßnahmen“ bereitet die Fachstelle der Klima-Kommunen unterschiedliche Unterstützungsleistungen vor, die Sie als Kommune direkt verwenden können. In der vorliegenden Kampagne wurden beispielsweise erfolgreiche Ideen der Landeshauptstadt Wiesbaden zum Thema Solarenergie aufgegriffen. Diese Vorbereiteten Maßnahmen werden den Mitglieds-Kommunen kostenfrei zur Verfügung gestellt. Die Kommunen können diese dann eigenverantwortlich als eigene Projekte vor Ort umsetzen. Die Fachstelle der Klima-Kommunen unterstützt Sie dabei selbstverständlich gerne fachlich.

Die Idee – der modulare „Maßnahmenkoffer“

Die Idee ist, eine Gesamtmaßnahme oder möglichst viele Bausteine einer Maßnahme so vorzubereiten, dass diese durch die Kommune mit verhältnismäßig geringem Aufwand umgesetzt werden kann. Die Maßnahmen sollen dadurch kostengünstiger und einfacher in der Übertragung sein, ganz im Sinne: „Man muss das Rad nicht neu erfinden“.

Unter einer Maßnahme versteht die Fachstelle der Klima-Kommunen beispielsweise eine Öffentlichkeits-Kampagne. Als Maßnahmenbausteine werden einzelne Elemente dieser Kampagne bezeichnet. Mögliche Beispiele:

- **vorgestaltete Kommunikationsmaterialien z. B. für eine Plakat-Werbung**
- **vorbereitete Social-Media-Nachrichten**
- **vorkonzipierte Veranstaltungs- oder Wettbewerbskonzepte**

Vorbereitete Maßnahmenbausteine verstehen sich als Vorschlag und können zum Teil eins zu eins übernommen, zum Teil auch in gewissem Umfang individuell angepasst oder verändert werden.

Insgesamt werden möglichst viele verschiedene Maßnahmenbausteine vorbereitet. **Die Kommunen haben die Wahl, entweder die gesamte Maßnahme mit allen Bausteinen zu übernehmen oder nur einzelne, für sie passende Bausteine zu verwenden.**

Die Rolle der Fachstelle der Klima-Kommunen – Ihre Bühne, wir bleiben im Hintergrund

Die Fachstelle Klima-Kommunen stellt die Maßnahmenbausteine i.d.R. kostenfrei zur Verfügung und steht beratend bei der Auswahl und Umsetzung an Ihrer Seite.

Ziel für die Außendarstellung ist es, dass die jeweilige Kommune im Fokus steht. So wird den Klima-Kommunen die Möglichkeit gegeben, als Initiator in Erscheinung zu treten. Damit erreichen die Maßnahmen einen stärkeren lokalen Bezug, eine bessere Wirkung und höhere Akzeptanz. Die Fachstelle agiert dabei nur im Hintergrund.

VORBEREITETE MASSNAHME „KOMMUNALE SOLARKAMPAGNE“

Um die gesetzten Klimaschutzziele zu erreichen, ist die Produktion von Strom aus regenerativen Energien unumgänglich. Der Ausbau der Solarenergie kann hier einen wesentlichen Beitrag leisten. Im Zuge der Erstellung des Solar-Kataster Hessens wurde deutlich, welches große Potenzial die Dachflächen in den hessischen Städten und Gemeinden zum Ausbau der Solarenergie bieten. Und auch Mieterinnen und Mieter können mit ihrem Balkon oder ihrer Terrasse einen Beitrag leisten. Einen umfassenden Überblick zu den Potentialen der Solarenergie in Hessen bietet auch die [„Potentialstudie Photovoltaik für Hessen“](#) aus 2022.

Die Ziele der Vorbereiteten Maßnahme „Kommunale Solarkampagne“ sind:

1. Den Bürgerinnen und Bürgern sowie Unternehmen die Vorteile der solaren Energienutzung näher zu bringen.
2. Die Bürgerinnen und Bürger sowie Unternehmen für das Klimaschutzpotential der eigenen Dachfläche bzw. des eigenen Balkons zu interessieren und zur Nutzung von Solarenergie zu motivieren. Unterstützend wirkt hierbei der Verweis auf das Solar-Kataster Hessen.

Zielgruppen der Kampagne – die Bürgerinnen und Bürger sowie die Unternehmen Ihrer Kommune

Die vorgefertigten Bausteine ermöglichen es den Kommunen, eine eigene Solar-Kampagne mit relativ geringem Aufwand durchzuführen. Insofern spielen die Kommunen eine zentrale Rolle, da sie die Kampagne vor Ort umsetzen.

Die Kampagne selbst adressiert die drei Zielgruppen Mietende, Eigenheimbesitzende und „Kleine und Mittlere Unternehmen“ (KMU). Bei Letzteren sind vorrangig Handwerksbetriebe und Ähnliche angesprochen. Bei allen drei Zielgruppen liegt das Dach bzw. der Balkon im eigenen Wirkbereich. Für die Eigenheimbesitzenden und Unternehmen fußt die Kampagne auf dem hessischen Solar-Kataster, zu dessen aktiver Nutzung aufgerufen wird. Für die Mietenden stehen häufige Fragen sowie ein Balkon-PV-Rechner zur Potentialermittlung für Stecker-Solargeräte im Fokus. Die entsprechenden Verlinkungen sind daher in die jeweiligen Materialien bereits eingebunden. Im Rahmen Ihrer Kampagne können die Zielgruppen auf verschiedenen Wegen eingebunden werden – einzeln, in Kombination oder nacheinander. Das Vorgehen hierzu sollte vorab durchdacht werden. Weitere Hinweise hierzu finden Sie auch im Kapitel „Planung Ihrer Kampagne“.

Mit der Durchführung der Kampagne zeigen Sie als Kommune, dass Ihnen Klimaschutz wichtig ist und Sie die Bürgerinnen und Bürger sowie Unternehmen zum Mitmachen motivieren. Gemeinsam können wir damit einen Beitrag zu den Klimaschutzzielen des Landes Hessen und des Bundes leisten.

Was die Vorbereitete Maßnahme leistet – und was nicht

Mit der „Kommunalen Solarkampagne“ soll eine positive Einstellung zum Thema Solarenergie erreicht und Interesse für die Auseinandersetzung mit der eigenen Solarenergie von Dach und Balkon geweckt werden. Die zur Verfügung gestellten Materialien fördern den Einstieg in die Thematik und bieten mit Verweisen auf das hessische Solar-Kataster, den Balkon-PV-Rechner und zielgruppenspezifischen Inhalten Verknüpfungen zu

fundierten Informationsinstrumenten. Die Kampagnenmaterialien selbst haben nicht den Anspruch, vollumfänglich zum Thema zu informieren.

Weiterführende Informationen für Interessierte sind aber verfügbar und sollten unbedingt in Ihre Kampagne eingebunden werden. Der Impuls, der durch die Kampagne gesetzt wurde, soll schließlich zum Erfolg führen. Idealerweise führt die Kampagne über weiterführende Informationen hinaus in eine gezielte Fachberatung. Für die Kommune gibt es hier verschiedene Optionen:

- **die Kommune berät Interessierte selbst, bspw. im Rahmen einer oder mehrerer „Solarsprechstunden für Bürgerinnen und Bürger und Unternehmen“**
- **die Kommune setzt auf Kooperationen, wie z.B. mit der Verbraucherzentrale Hessen, vor Ort ansässigen Energieberatenden oder anderen Beratungseinrichtungen, die die Beratungen übernehmen (siehe Unterkapitel „Beratungsangebot schaffen“)**
- **die Kommune verweist auf weiterführende Informationsquellen (siehe Unterkapitel „Kampagnen-Kick-Start“ → Weiterführende Informationen)**

Die zentralen Erst-Informationen zu den Solarthemen sind auf den Seiten der LEA Hessen abrufbar und können auch im Rahmen Ihrer Kampagne genutzt werden. Auf diese Inhalte wird auch in einigen Kampagnenmaterialien direkt verwiesen. Die Hauptansprechpersonen bei Ihrer Solarkampagne sollten allerdings aus der eigenen Kommune stammen. Ebenso ist eine eigene Webseite mit gesammelten Informationen und Verweisen zu den Kampagnenangeboten sinnvoll.

Die Fachstelle der hessischen Klima-Kommunen steht der Kommune bei der Umsetzung der eigentlichen Solarkampagne konzeptionell beratend zur Seite – übernimmt aber keine zentrale Beratungsfunktion für die Zielgruppen während der Kampagnendurchführung. Das Team der „Beratungsstelle dezentrale Energieerzeugung“ bei der LEA Hessen kann zusätzlich bei der fachlichen Beratung, bei Austauschformaten (z.B. Aktions-/Messestände) und als Referierende für Informationsveranstaltungen unterstützen. Dies richtet sich jedoch nach dem aktuellen Aufkommen, sodass die Kapazitäten vorab angefragt werden sollten. Eine Unterstützung kann daher nicht immer zugesichert werden. Die Kontaktdaten des Teams finden Sie untenstehend auf der [LEA-Webseite](#).

Die Maßnahmenbausteine der kommunalen Solarkampagne – eine Übersicht

Sie möchten eine Solarkampagne in Ihrer Kommune umsetzen? Die Fachstelle der Klima-Kommunen hat diverse Bausteine für Ihre Solarkampagne vorbereitet. Die Bausteine werden mit Ausnahme des Wettbewerbskonzepts für jede Zielgruppe angeboten. Nachfolgend eine Übersicht aller angebotenen Maßnahmenbausteine:

1. KAMPAGNEN-KICK-START
2. DIGITALE PLAKAT-VORLAGEN
3. DIGITALE INHALTE FÜR EINE SOCIAL-MEDIA-KAMPAGNE
4. DIGITALER FOTOPOOL
5. VERANSTALTUNGSKONZEPT
6. WETTBEWERBSKONZEPT

Sie können einzelne Bausteine nutzen oder gleich mehrere. Eine gute Kampagne lebt von der Vielfalt und zeitnahen Wiederholung von unterschiedlichen Aktionen, die im Gesamtzeitraum der Kampagne umgesetzt werden. Es wird daher empfohlen, mehrere Bausteine zu nutzen. So wird die Kampagne insgesamt auf eine breitere Basis gestellt und die Zielgruppe(n) über ganz unterschiedliche Kanäle angesprochen.

Unter „Umsetzung Ihrer Kampagne“ finden Sie alle Details zur Umsetzung der einzelnen Bausteine.

BITTE BEACHTEN SIE: Es werden ausschließlich digitale Vorlagen zur Verfügung gestellt. Die Umsetzung der Kampagne (also bspw. Druck und Vervielfältigung von Materialien; Durchführung von Veranstaltungen und Wettbewerben) muss durch die Kommune finanziert werden.

TEILNAHME – AUF EINEN BLICK

Die Angebotsbausteine der „kommunalen Solarkampagne“ stehen allen Mitgliedern der Klima-Kommunen kostenfrei zur Verfügung. Entdecken Sie alle unsere Bausteine der „kommunalen Solarkampagne“ auf www.klima-kommunen-hessen.de.

Bei Interesse an der Umsetzung der „kommunalen Solarkampagne“ verfahren Sie wie folgt

1. **Entdecken Sie alle Angebote** rund um unsere „kommunale Solarkampagne“ auf www.klima-kommunen-hessen.de
2. **OPTIONAL: Falls Sie eine umfangreiche Kampagne planen: Denken Sie an die Möglichkeit der Förderung über die hessische Klima-Richtlinie.** Stellen Sie einen Förderantrag für Ihre Solarkampagne über die Hessische Klima-Richtlinie immer **vor** Durchführung Ihrer Kampagne. Hierbei gibt es einige Rahmenbedingungen zu beachten. Weitere Informationen und Details zur Förderung finden Sie unter: <https://umwelt.hessen.de/klimaschutz/foerderung-klimarichtlinie>
3. **FÜLLEN SIE DAS BESTELLFORMULAR AUF www.klima-kommunen-hessen.de aus und geben Sie an, welche Bausteine Sie umsetzen wollen.** Für eine möglichst erfolgreiche, breit aufgestellte Kampagne empfiehlt es sich, viele Bausteine einzusetzen. Selbstverständlich können und sollten Sie auch Ihre eigenen Ideen für Kampagnenbausteine und Aktionen einbinden.
4. **Die Fachstelle der Klima-Kommunen prüft Ihre Angaben** und wird sich bei Rückfragen ggf. an Sie wenden.
5. Liegen alle Informationen vor, dann **erhalten Sie** von der Fachstelle der Klima-Kommunen **einen Link zum Download der digitalen Vorlagen und Inhalte.**
6. **Individualisieren Sie die Bausteine**, beispielsweise die Plakatkampagne: fügen Sie Ihr Kommunenwappen oder Logo sowie Ihren Kurztext ein und beauftragen Sie den Druck.
7. **Bereiten Sie eine Internetseite** als Anlaufstelle für Interessierte vor, auf der Sie rund um die Kampagne informieren und ggfs. weiterführende Informationen oder Beratungsangebote bereitstellen (empfohlen).
8. **Klären Sie, an wen sich Interessierte bei Beratungsbedarf wenden können.**
9. **Starten Sie Ihre Kampagne** mit unserem Kampagnen-Kick-Start Baustein und den weiteren Bausteinen (Tipps zur Umsetzung folgen weiter unten).
10. **Geben Sie der Fachstelle der Klima-Kommunen nach der Durchführung der Kampagne Feedback** anhand der Vorlage, die von der Fachstelle zur Verfügung gestellt wird.

PLANUNG IHRER KAMPAGNE

Nachfolgend erhalten Sie einen Überblick, was Sie bei Ihrer Kampagne möglichst beachten sollten. Dies erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

TIPP: MANCHMAL IST ES HILFREICH, SICH ANHAND GUTER BEISPIELE INSPIRATION FÜR DIE EIGENE UMSETZUNG ZU HOLEN. IM KAPITEL „DIE KAMPAGNENBAUSTEINE IM DETAIL – WEITERFÜHRENDE INFORMATIONSMATERIALIEN ZUR SOLARENERGIE“ HABEN WIR DESHALB NOCH EIN PAAR ANREGUNGEN ZUSAMMENGESTELLT.

Bausteine festlegen, Budget klären, Entscheidungspersonen einbinden

Zu Beginn ist es wichtig, möglichst alle Maßnahmen und Aktionen zu sammeln, die Sie im Rahmen der Kampagne über den gesamten Zeitraum betrachtet umsetzen möchten. Der gewonnene Überblick hilft, den Gesamtumfang der Kampagne abschätzen zu können und damit personelle wie finanzielle Kapazitäten sowie Zeitpläne realistisch zu planen. Auch können so bereits frühzeitig Checklisten für die einzelnen Maßnahmen inklusive Risikoanalyse und möglicher Problemlösungen angelegt werden. Dabei sollte auch festgelegt werden, welche Zielgruppe angesprochen werden soll, ob alle Zielgruppen parallel bespielt werden oder ob eine Ansprache der einzelnen Zielgruppen nacheinander und in welchen Abständen erfolgen sollte. Diese Frage ist grundsätzlich Abwägungs-sache und hängt von den Voraussetzungen in Ihrer Kommune ab. Dazu zählen bspw. die (Bearbeitungs-)Kapazitäten der Zuständigen sowie die Anzahl der Plakatflächen - je nach Auslastung der Flächen könnten sich die Zielgruppen Konkurrenz machen. Allgemein geht die Empfehlung aber zu einer Zusammenfassung zumindest der beiden Zielgruppen Mietende und Eigenheimbesitzende, da so Synergieeffekte wie Kosten- und Zeiteinsparungen oder eine erhöhte Durchschlagskraft des Themas durch flächendeckendere, vielfältige Präsenz erzielt werden können. Mietende werden zudem direkt aufgefangen, wenn sich ihnen die Frage nach Möglichkeiten der Solarenergienutzung ohne eigenes Dach stellt. Hinzu kommt, dass bei einer Ausspielung nacheinander die Folge-Zielgruppen das Thema durch das ähnliche Branding der Materialien eventuell ignorieren, da es zuvor einer anderen Zielgruppe zugeordnet wurde – die veränderte inhaltliche und gestalterische Ausrichtung fällt ggf. nicht direkt auf. Für eine weitergehende Beratung hierzu wenden Sie sich gern an das Team der Fachstelle.

Gerade hinsichtlich des finanziellen Umfangs für die Kampagne und deren Einzelmaßnahmen ist es wichtig, einen guten Überblick zu haben. Klären Sie das zur Verfügung stehende Budget für die Kampagne frühzeitig. Je nachdem, welche Bausteine eingesetzt werden sollen und in welchem Umfang, können die Kosten für die Kampagne erheblich variieren. Eine pauschale Aussage ist daher nicht möglich.

Weiter ist es wichtig, frühzeitig und kontinuierlich Entscheidende und Unterstützende in die Planung einzubinden. Gibt es in der Verwaltung bspw. eine Pressestelle, Öffentlichkeitsarbeit oder Fachbereiche mit Vorerfahrungen, die eingebunden werden können? Es ist in jedem Fall sinnvoll, ein kleines Projekt-Team für die Kampagne zu etablieren.

WICHTIG: Die Kampagne sollte so geplant werden, dass die Botschaft auf mehreren Kanälen (Medien) und über einen gewissen Zeitraum wiederholt immer wieder an die Zielgruppe(n) herangetragen wird. Diese Wiederholung soll bewirken, dass sich mehr Personen aus der jeweiligen Zielgruppe mit dem Thema Solarenergie beschäftigen. Eine einmalige, kurze Aktion wäre hier weniger erfolgversprechend.

Vorhandenes Know-how nutzen und Dritte aktivieren

Vergrößern Sie die Wirkung der Kampagne, indem Sie Dritte aktiv einbinden. Nutzen Sie dazu die Reichweite von verschiedenen Akteurinnen und Akteuren in der Kommune. Gibt es vor Ort Personen oder Gruppierungen, die Sie für Ihre Kampagne und den Klimaschutz-Gedanken begeistern können? Können Sie mit lokalen Unternehmen kooperieren, die ihr Fachwissen einbringen oder generell am Thema interessiert sind?

Es gibt eine Vielzahl von Akteurinnen und Akteuren, die Sie v.a. für Beratungsleistungen während der Kampagne einbinden können, beispielsweise:

- **Vereine**
- **(Branchen-)Verbände**
- **Interessensgemeinschaften**
- **Bürgerenergiegenossenschaften**
- **Fachexpertinnen und -experten (bspw. Energieberatende)**
- **Verbraucherzentrale oder andere Beratungseinrichtungen**
- **lokale Unternehmen (insbesondere auch solche Unternehmen, die die PV-Anlage gerne verkaufen und fachgerecht montieren)**
- **Banken und Sparkassen**
- **auch Privatpersonen (Multiplikatoren, erfreute Referenzanwenderinnen und -anwender)**
- **sonstige Gruppierungen**

Denken Sie darüber nach, der Kampagne eines oder mehrere lokale Gesichter zu geben. Möglicherweise gibt es bei Ihnen in der Kommune bekannte und beliebte Personen, die Sie für das Thema gewinnen können.

TIPP STORY-TELLING: ERZÄHLEN SIE GESCHICHTEN RUND UM DIE KAMPAGNE. ERGÄNZEN SIE DIE VORBEREITETEN MATERIALIEN UM BEISPIELPROJEKTE UND DEREN GESCHICHTEN VON PERSONEN AUS IHRER KOMMUNE. DAMIT SCHAFFEN SIE EINE GRÖßERE AUTHENTIZITÄT UND EINEN STÄRKEREN LOKALEN BEZUG. IM IDEALFALL IDENTIFIZIEREN SICH DIE ZIELGRUPPEN DER KAMPAGNE MIT DIESEN GESCHICHTEN UND NEHMEN DAS THEMA DAHER STÄRKER AN. GESCHICHTEN BLEIBEN BESSER IM GEDÄCHTNIS ALS REINE INFORMATIONEN.

Zeitplan festlegen

Nach der Planung und Festlegung von Inhalten gilt es, einen Ablauf- und Zeitplan zu erstellen.

Empfohlen wird, für den **Ablaufplan** Phasen zu definieren in die die Einzelmaßnahmen eingegliedert werden. Zum Beispiel folgende:

1. **PHASE:** Aufmerksamkeit generieren: Baustein „Kampagnen Kick-Start“
2. **PHASE:** Das Thema kontinuierlich in der Öffentlichkeit halten:
Bausteine „Plakataktion“, „Social-Media-Aktion“, „Veranstaltungs- und Wettbewerbskonzepte“, etc.
3. **PHASE:** Zielgruppen von der eigenen Solaranlage überzeugen:
mindestens weiterführende Informationen für Interessierte bereitstellen, beispielsweise auf einer eigenen Homepage, oder noch besser: Beratung anbieten.

Für den Zeitplan ist neben der Definition der Phasen wichtig, die Gesamtdauer der Kampagne insgesamt festzulegen. Es wird empfohlen, die Kampagne für mindestens sechs Wochen anzusetzen. Zudem sollte berücksichtigt werden, ob Zielgruppen parallel oder nacheinander adressiert werden.

Hier **beispielhaft** ein Zeitplan, der an die Situation in Ihrer Kommune angepasst werden muss:

- 1.** **TAG:** Kampagnen-Start: Postkarte an die Zielgruppe(n) oder an Haushalte und Unternehmen aus einem bestimmten Ort / Gebiet versenden – Interesse wecken
- 7.** **TAG:** Eine Woche später offizielles Anschreiben und Pressemitteilung der Kommunalverwaltung – Kampagne erklären
 Beginn Plakatkampagne und Social-Media-Aktivitäten und ggf. weiterer Bausteine. Je breiter die Kampagne aufgestellt ist, je höher wird die Reichweite und die Anzahl an Bürger:innen sein, die sie erreicht.
 ggf. Start begleitender Beratungsangebote
- 10.** **TAG:** Ausruf eines Wettbewerbs zum Thema Solarenergie über verschiedene Kanäle
- 24.** **TAG:** Informationsveranstaltung
- 42.** **TAG:** Abschlussveranstaltung mit Wettbewerbsverleihung
- 43.** **TAG:** Abschluss der Kampagne, Abschluss-Pressemitteilung

Auch nachdem die Kampagne abgeschlossen ist, ist es für den Erfolg wichtig, das Thema Solarenergie in der Folge in regelmäßigen Abständen immer wieder aufzugreifen. Beispielsweise können Sie mit wenig Aufwand den Baustein „Social-Media-Kampagne“ immer mal wieder einstreuen oder einzelne Veranstaltungen wiederholen. Auch könnten Wettbewerbe zu einem jährlichen, fixen Ereignis in Ihrer Kommune werden. So wie der Hessen SolarCup in Kassel (vgl. auch Baustein „Wettbewerbskonzept“).

Beratungsangebot schaffen

Für Interessierte sollten mindestens weiterführende Informationen (siehe nachfolgend „Zentrale Informations-Webseite“) bereitgestellt, besser eigene Beratungsangebote geschaffen werden. Die vorgefertigte Kampagne kann dies nicht leisten (siehe „Was die Vorbereitete Maßnahme leistet und was nicht“).

Prüfen Sie, ob es in der Kommunalverwaltung Energie- oder Klimaschutzexpertinnen und -experten gibt, die Interessierte direkt beraten können. Stimmen Sie verwaltungsintern ab, wie Sie diese Kolleginnen und Kollegen als Beratungsstelle in die Kampagne einbinden können.

Wenn die Kommune nicht selbst eine Beratung durch die Fachabteilung der Verwaltung anbieten kann, dann sollten externe Partner eingebunden werden, die eine Fachberatung zum Thema Solarenergie für Interessierte anbieten. Dazu bieten sich **beispielsweise** folgende Kooperationen an:

- LEA Hessen
- Verbraucherzentrale Hessen
- Solarenergie Förderverein e.V.
- Regionale Energieberatende oder Solarteurinnen und Solarteure (Fachpersonal zur Installation von Solaranlagen)
- Solarinitiativen oder Bürgerenergiegenossenschaften
- Regionale Stadtwerke / Energieversorger
- ggf. Banken und Sparkassen
- ggf. weitere Fachexpertinnen und -experten

TIPP: VERVIELFACHEN SIE IHRE REICHWEITE UND NUTZEN SIE ENGAGIERTE BÜRGERINNEN UND BÜRGER FÜR IHRE KAMPAGNE. PROGRAMME WIE DIE BÜRGERSOLARBERATUNG ODER DAS KONZEPT DER SOLARPARTIES LASSEN SICH IDEAL IM RAHMEN DER KAMPAGNE ANWENDEN UND SCHAFFEN EINEN ALTERNATIVEN ZUGANG AUF PERSÖNLICHERER EBENE. SO BIETET Z.B. DER GEMEINNÜTZIGE SOLARENERGIE FÖRDERVEREIN E.V. MIT DEM PROJEKT „PACKSDRAUF“ DIE MÖGLICHKEIT, DURCH NACHBARSCHAFTLICH ORGANISIERTE SOLARPARTIES INTERESSIERTE ZU INFO-VERANSTALTUNGEN ZUSAMMENZUBRINGEN. DIE ORGANISATION UND DURCHFÜHRUNG ÜBERNEHMEN BÜRGERINNEN UND BÜRGER IN ZUSAMMENARBEIT MIT DEN PROJEKTPARTNERN. DAS PROJEKT BIETET VERSCHIEDENE KOOPERATIONSMÖGLICHKEITEN UND ANSATZPUNKTE, WIE KOMMUNEN DIE SOLARPARTIES BEI SICH UMSETZEN KÖNNEN. MEHR INFOS UNTER <https://packsdrauf.de/>

Informations-Webseite erstellen

Für alle Ihre Aktionen, die Sie im Rahmen der Kampagne durchführen, ist es zu empfehlen, eine Informationsseite rund um Ihre Solarkampagne aufzusetzen. Hier können Sie den direkten Zugang zum Solar-Kataster Hessen ermöglichen, Beratungsangebote benennen, Veranstaltungen ankündigen oder Wettbewerbe bewerben.

Wie zuvor angesprochen, ist es wichtig, dass die Interessierten aus den Zielgruppen weiterführende Informationen zur Verfügung gestellt bekommen. Falls dies nicht im Rahmen einer individuellen Beratung möglich ist, gibt es die Option, zentrale Informationen rund um die Solarenergie auf einer Webseite zu sammeln. Beispielsweise Hinweise zur Wirtschaftlichkeit, welche Fördermöglichkeiten es gibt, was bei der Installation beachtet werden sollte oder wie es um weitere Maßnahmen in Kombination mit einer Solaranlage steht (Speicher, Elektromobilität, Wärmepumpe, etc.). **Im Baustein „Kampagnen-Kick-Start“ ist eine Reihe von frei verfügbaren weiterführenden Informationsmaterialien bzw. Informationswebseiten zusammengestellt.** Dort können Sie nach Inhalten für Ihre Webseite stöbern und diese verlinken.

ES GIBT ZWEI MÖGLICHKEITEN, EINE SOLCHE WEBSEITE AUFZUSETZEN:

- 1. Als Unterseite der Homepage Ihrer Kommunalen Verwaltung**
- 2. Als eigenständige Kampagnen-Webseite**

Je nach Situation vor Ort kann die eine oder andere Variante sinnvoller sein. Entscheiden Sie auch danach, wie viel Aufwand die jeweilige Variante bedeutet und welche Unterstützung Sie bspw. von der hausinternen IT oder Öffentlichkeitsarbeit erhalten können.

TIPP: ALS ERGÄNZUNG ZUM SOLAR-KATASTER BIETET AUCH DER PHOTOVOLTAIK-CHECK VON CO2ONLINE EINE SCHNELLE ERSTEINSCHÄTZUNG ZUM EIGENEN SOLARPOTENTIAL – SOWOHL FÜR EIGENTÜMERINNEN UND EIGENTÜMER ALS AUCH FÜR MIETENDE. ER LIEFERT ZUDEME EINE ÜBERSICHT ZU VERFÜGBAREN FÖRDERMITTELN UND INFOS ZUR NUTZUNG VON BATTERIESPEICHERN. VERLINKEN SIE DEN RECHNER AUF IHRER INFORMATIONEN-WEBSEITE: <https://www.co2online.de/service/energiespar-checks/photovoltaikcheck/>

Berichterstattung nach der Kampagne

Nach der Durchführung der Kampagne hat eine kurze Berichterstattung an die Fachstelle der Klima-Kommunen bei der LEA Hessen zu erfolgen. Dazu verpflichten Sie sich mit dem Einverständnis zu den Nutzungsbedingungen.

Die Berichterstattung soll auch Ihnen zur Erfolgskontrolle dienen. Welche Aktionen wurden im Kampagnenzeitraum umgesetzt? Wie wurden diese angenommen? Wie viele Kontakte konnten Sie mit interessierten Personen aus den Zielgruppen erreichen? Diese und weitere Fragen sollten am Ende der Kampagne analysiert werden, um daraus für weiterführende Projekte zu lernen und Ihr Angebot zu optimieren.

DIE BILDWELT DER KAMPAGNE

Das Thema „Klimaschutz“ ist nicht erst seit -Fridays for Future- in allen Generationen präsent und emotional aufgeladen. Begriffe wie Nachhaltigkeit, Verantwortung und Umweltbewusstsein stehen in direkter Verbindung zu Familie, der Gesellschaft und dem Erhalten der Erde für die nächste Generation.

Übergeordnet geht es um die Sicherung unserer Lebensgrundlagen. Dies begründet die Wahl einer emotionalen Zielgruppen-Ansprache. Technische Aspekte treten bei den Kampagnenmaterialien in den Hintergrund und sollten stattdessen auf weiterführenden Informationsmaterialien oder im Zuge von Beratungsangeboten erläutert werden.

Aufgrund der vorangegangenen Grundüberlegungen wurden für die Kampagne folgende Bildmotive gewählt:

- **MENSCHEN, BEZIEHUNGEN, GEMEINSCHAFT und KOLLEGIALITÄT, MOTIVATION, TATKRAFT**
emotionale Ansprache der Hauptzielgruppen (primäre Bildebene)
- **PV-ANLAGE ODER ELEKTRISCHE GERÄTE IM HINTERGUND**
Verbindung zum Thema (sekundäre Bildebene)
- **AUFNAHMEN VON HÄUSERN, BALKON UND BETRIEBSHALLE MIT PV-ANLAGE BZW. STECKER-SOLARGERÄT (Z.T. AUCH INNERHALB)**
Sonne/Licht ist Teil der Inszenierung, ebenso direkte Anwendungsfälle und Alltagssituationen

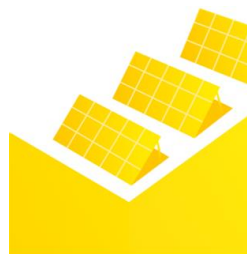
FARBEN:

- Es werden reine, helle, freundliche Farben verwendet
- Farbe orange-gelb, **Signalwirkung und Bezug zu Solarenergie**
- Textfarben in weiß (Headlines, Subheadlines) und Grau (Copytext)



GRAFISCHE ELEMENTE:

- für die Zielgruppe der Eigenheimbesitzenden wird ein stilisiertes Haus mit PV-Anlage/Solarpanels und transparenten Flächen eingesetzt für die Zielgruppe der Mietenden wird ein stilisiertes Mehrfamilienhaus mit Balkonen inklusive Stecker-Solargeräten eingesetzt
- für die Zielgruppe der Kleinen und Mittleren Unternehmen wird eine stilisierte Betriebshalle mit aufgeständerter Dach-PV-Anlage eingesetzt
Licht, Sonne, Durchlässigkeit und ein hoher Wiedererkennungswert





- **Plakative Typografie/starke Hierarchie in der Schriftstruktur**
Gute Lesbarkeit, Hauptüberschrift erzeugt Aufmerksamkeit und Interesse, Subtext führt weiter in das Thema ein.



- **Weißer Rahmen um die Plakate bietet Platz für Logos, Zusatzinformationen etc. und schafft eine Abgrenzung zur Umgebung**
bessere Wiedererkennung und Lesbarkeit



DIE KAMPAGNEN-BAUSTEINE IM DETAIL

Baustein „Kampagnen-Kick-Start“

Dieses Modul enthält verschiedene Vorlagen für Ihren Kampagnenstart:

1. KONZEPT ZUR ZWEISTUFIGEN DIREKTEN ANSPRACHE DER ZIELGRUPPEN

Zum Start der Kampagne besteht die Möglichkeit, einem Konzept zur zweistufigen direkten Ansprache der jeweiligen Zielgruppe zu folgen. Die Fachstelle der Klima-Kommunen orientiert sich hierbei an der Idee aus der Landeshauptstadt Wiesbaden aus einer vergangenen Solarenergie-Kampagne. Das Konzept sorgt für einen Überraschungseffekt und Aufmerksamkeit bei den Adressatinnen und Adressaten.

IM ERSTEN SCHRITT wird die Zielgruppe via Postkarte angesprochen. Die Ansprache ist dabei bewusst locker gehalten. Für jede der drei Zielgruppen stehen spezifische Postkarten-Vorlagen zur Verfügung. Ziel ist, für einen Überraschungseffekt zu sorgen und zunächst ganz allgemein das Interesse für das eigene Dach und das Solar-Kataster bzw. den eigenen Balkon zu wecken.

KOMMUNALE SOLAR- KAMPAGNE



**Liebe Unternehmerin,
lieber Unternehmer!**

Ach, ich hab's einfach drauf – als Dein Gebäudedach ist das schließlich meine Hauptaufgabe. Deshalb gebe ich Dir heute auch einen ganz heißen Tipp: Die Sonne, die rund ums Jahr auf mich scheint, kannst Du mit ein bisschen Glück in günstigen, grünen Strom verwandeln. Ob ich zu dieser Glanzleistung tatsächlich in der Lage bin, verrät Dir das Solar-Kataster Hessen:
www.lea-hessen.de/buergerinnen-und-buerger/sonnenenergie-nutzen/solkataster-hessen/

Komm, wir schwimmen mit unserem eigenen Strom in Richtung Zukunft!

Sonnige Grüße
Dein Dach



**Liebe Hausbesitzerin,
lieber Hausbesitzer!**

Ach, ich hab's einfach drauf – als Dein Dach ist das schließlich meine Hauptaufgabe. Deshalb gebe ich Dir heute auch einen ganz heißen Tipp: Die Sonne, die mir hier rund ums Jahr auf die Schindeln scheint, kannst Du mit ein bisschen Glück in günstigen, grünen Strom verwandeln. Ob ich zu dieser Glanzleistung tatsächlich in der Lage bin, verrät Dir das Solar-Kataster Hessen:
www.lea-hessen.de/buergerinnen-und-buerger/sonnenenergie-nutzen/solkataster-hessen/

Komm, wir schwimmen mit unserem eigenen Strom in Richtung Zukunft!

Sonnige Grüße
Dein Dach



Liebe Mieterin, lieber Mieter,

ach, ich hänge schon viel ab – als Dein Balkon ist das schließlich meine Hauptaufgabe. Ich kann aber so viel mehr. Mein heißer Tipp: Die Sonne, die mir hier rund ums Jahr gegen die Brüstung scheint, kann mit ein bisschen Glück in günstigen, grünen Strom verwandelt werden. Mehr erfährst Du hier:
www.lea-hessen.de/buergerinnen-und-buerger/sonnenenergie-nutzen/balkon-pv-anlagen/

Komm, wir schwimmen mit unserem eigenen Strom in Richtung Zukunft!

Sonnige Grüße
Dein Balkon



Abbildung 1: Postkarten-Motive inkl. Textvorlage auf der Rückseite (individualisierbar)

IM ZWEITEN SCHRITT folgt ein offizielles Anschreiben durch Ihre Kommune an die Zielgruppen, beispielsweise durch die Bürgermeisterin oder den Bürgermeister. Hier wird die Kampagne offiziell eingeläutet und beworben, beispielsweise mit Verweis auf die weiteren Bausteine und Beratungsangebote der Kampagne. Auch besteht hier die Möglichkeit, die Kampagne in Kontext zu den Klimaschutzzielen Ihrer Kommune zu setzen.

Auch das Schreiben haben wir für Sie als Vorschlag und Entwurf jeweils vorformuliert. Sie können diese Text-Vorlage mit den anderen Vorlagen zusammen bestellen und natürlich auf Ihre Kommune anpassen.

BITTE BEACHTEN SIE: Das direkte Anschreiben vieler Haushalte per Postkarte und/oder Informationsschreiben ist mitunter sehr aufwändig. Prüfen Sie daher, ob Sie Schwerpunkte in gewissen Gebieten / Ortsteilen / Quartieren setzen wollen, in denen ein besonders hohes Solarenergie-Potenzial erwartet wird. Nutzen Sie zur Abschätzung das Solar-Kataster Hessen. Konzentrieren Sie sich in der direkten Ansprache ggf. auf diese Gebiete. Beachten Sie bei der direkten Ansprache auch die Regelungen zum Datenschutz.

2. PRESSEINFORMATIONEN:

Für den Start und das Ende Ihrer Kampagne wurde für Sie jeweils Text-Vorlagen für zielgruppenspezifische sowie -übergreifende Pressemitteilungen vorbereitet, die auf die Kampagne aufmerksam machen. Gerne können Sie diese Text-Vorlagen um Ihre Spezifika ergänzen und nach Belieben anpassen. Ziel der Pressemitteilungen ist es, offiziell auf die Kampagne hinzuweisen und die Bürgerinnen und Bürger allgemein zu informieren.

TIPP: WENN ES IN IHRER KOMMUNE EIN AMTSBLATT ODER EIN LOKALES ANZEIGENBLATT GIBT, DANN SOLLTEN SIE DIE INFORMATION ÜBER DIE SOLAR-KAMPAGNE AUCH DARÜBER STREUEN.

3. DESIGNVORLAGE VERANSTALTUNGS- UND INFORMATIONEN-FLYER

Falls Sie für Ihre Solarkampagne Veranstaltungen, Beratungsangebote oder weitere Aktionen planen (Tipp: schauen Sie sich die vorbereiteten Veranstaltungs- und Wettbewerbskonzepte an) können Sie zur Bewerbung die vordesignten, zielgruppenspezifischen Flyer nutzen. Die Flyer können Sie durch Ihren Kommunennamen, Ihr Wappen/Logo und Text individualisieren.



Abbildung 2: Vorlagen für den Bewerbungs-Flyer zur Solar-Kampagne in Ihrer Kommune

Neben den Flyern werden Ihnen ebenfalls kostenfrei und zur freien Verwendung vorbereitete digitale Vorlagen für Plakatsmotive zur Verfügung gestellt. Diese finden Sie als separaten Baustein unter „Digitale Vorlagen für Ihre Plakataktion“ nachfolgend kurz erläutert.

4. WEITERFÜHRENDE INFORMATIONSMATERIALIEN ZUR SOLARENERGIE

Zum Thema Solarenergie gibt es bereits vielfältige Informationsmaterialien, die Sie für Ihre Kampagne nutzen können. Einige davon sind nachfolgend zusammengestellt.

Bitte beachten Sie: Wir haben die genannten Links während der Erstellung dieses Handlungsleitfadens überprüft. Trotz sorgfältiger Prüfung können wir aber keinerlei Gewähr für die Inhalte externer Webseiten / Dritter übernehmen.

BEST PRACTICES KOMMUNALER SOLARKAMPAGNEN:

- Die Stadt Kassel hat eine umfassende eigene Solarkampagne für die Zielgruppen Mietende, Eigenheimbesitzende und Unternehmen unter Einbindung vielfältiger Partner sowie Informationsangebote und -veranstaltungen zum Thema durchgeführt. Die Kampagnenwebseite ist abrufbar unter: https://www.kassel.de/buerger/umwelt_und_klima/klimaschutz/energie-und-klimaschutz/kassel-macht-watt.php
- Der Landkreis Marburg – Biedenkopf hat die Kommunale Solarkampagne mithilfe der vorgefertigten Materialien durchgeführt. Kampagnenwebseite abrufbar unter: https://klimaschutz.marburg-biedenkopf.de/privatperson/foerderung/erneuerbareenergien/solardachkampagne/solardachkampagne_copy.html
- Auch die Stadt Eschborn hat die vorbereiteten Materialien für ihre Solarkampagne genutzt, Kampagnenwebseite abrufbar unter: <https://www.eschborn.de/stadt-kultur-und-tourismusinformationen/klimaschutz-in-eschborn/solarkampagne>

BEGLEITENDE AKTIVITÄTEN IM RAHMEN EINER SOLARKAMPAGNE:

- In einigen Kommunen und Landkreisen hat sich das Konzept der Bürger-Solar-Beratung etabliert. Hier werden Ehrenamtliche zunächst geschult und übernehmen dann eigenständig die Erstberatung von Interessierten zur Solarenergie – ein Gewinn für die Kommune und die Bürgerinnen und Bürger.

Beispiel der Bürger-Solar-Beratung in Kassel: https://www.kassel.de/buerger/umwelt_und_klima/klimaschutz/energie-und-klimaschutz/buergersolarberatung.php

Beispiel der Bürger-Solar-Beratung im Kreis Bergstraße: <https://www.kreis-bergstrasse.de/aktuelles-veroeffentlichungen/pressemitteilungen/pressemitteilungen-jahrgang-2023/031-buergersolarberatung/>

Erfahrungsbericht und Vorstellung der Bürger-Solar-Beratung im Kreis Bergstraße auf der Klima Kommunal 2023: https://www.klima-kommunen-hessen.de/files/content/Klima-Kommunal/Klima-Kommunal%202023/F2_B%C3%BCrger-Solar-Beratung_Kreis%20Bergstra%C3%9Fe.pdf

- Einige Kommunen bieten neben der Solarkampagne ein eigenes Förderprogramm an:

Im Landkreis Marburg – Biedenkopf unterstützte die örtliche Sparkasse das Förderprogramm. Dieses richtete sich an Privatpersonen und Vereine gestaffelt nach Kilowatt Peak Leistung.

Pressemitteilungen zum Förderprogramm abrufbar unter:

<https://www.marburg-biedenkopf.de/Pressemitteilungen/2022/maerz/114-2022-Solarfoerderung.php>

<https://www.marburg-biedenkopf.de/Pressemitteilungen/2022/juli/423-2022-Sonnenkraftwerke.php>

Richtlinie abrufbar unter: https://www.marburg-biedenkopf.de/kreis-recht/20_5.pdf

Auch die Stadt Eschborn hat als Begleitung zu ihrer Solarkampagne ein eigenes Förderprogramm ins Leben gerufen, welches Wohn- und Nichtwohngebäude sowie PV-, Balkon-PV und Solarthermie-Anlagen berücksichtigt.

Förderrichtlinie (Solarthermie- und Photovoltaik-Förderung ab S.6 / §2) abrufbar unter: https://www.eschborn.de/fileadmin/eschborn/Bilder/Tourismus/klimaschutz/Foerderrichtlinie_2021.pdf

BÜRGERENERGIEGENOSSENSCHAFTEN:

- Verweis auf Bürgerenergiegenossenschaften in Hessen: www.laneg-hessen.de
- Gründungshilfe Bürgerenergiegenossenschaft: <https://www.genover-band.de/genossenschaft-gruenden/informationen-fuer-gruender/>

DAS HESSISCHE SOLAR- KATASTER:

- Das Solar-Kataster Hessen inkl. FAQ und Anwendungshilfen: www.solarkataster.hessen.de
- Erklär-Film zum Solar-Kataster Hessen: <https://media.video.taxi/embed/bxdQBYowcxGS?sources=LEA>

SOLARENERGIE-NUTZUNG FÜR EIGENHEMBESITZENDE SOWIE UNTERNEHMEN:

- Gesammelte Informationen zur Solarenergie auf dem Dach: <https://www.lea-hessen.de/buergerinnen-und-buerger/sonnenenergie-nutzen/dach-pv-anlagen/>
- Photovoltaik-Rechner zur Berechnung der Wirtschaftlichkeit von PV-Anlagen in privaten Haushalten: <https://www.co2online.de/service/energiespar-checks/photovoltaikcheck/>
- PV-Anlagen Darlehen des Landes Hessen für private Eigentümerinnen und Eigentümer von Wohngebäuden: <https://www.wibank.de/wibank/pv-anlagen-darlehen/pv-anlagen-darlehen-613178>
- Beratungs- und Informationsangebote des Solarenergie Fördervereins e.V.: <https://www.sfv.de/>
- Kurzüberblick: Fragen und Antworten zur Photovoltaik: https://redaktion.hessen-agentur.de/publication/2020/3155_BFEH_Solar_Leporello_Auf-lage2_105x210_12Seiter_230309_v12_web.pdf
- Broschüre mit vielen wichtigen Informationen zur Errichtung einer Solaranlage: „Solarstrom für alle – planen – bauen – nutzen“: https://redaktion.hessen-agentur.de/publication/2020/3154_BFEH_BroschuereAuf-lage2_21x21_v20_230314_28Seiter_web.pdf
- Erklärfilm Solaranlagen auf Gebäuden: <https://www.youtube.com/watch?v=kgaFmcWcYmw>
- Video „Frag die LEA: Solarenergie im privaten Bereich“: <https://www.youtube.com/watch?v=9U0bsOuX1X8>
- Video „Frag die LEA: Solar und Denkmalschutz“: https://www.youtube.com/watch?v=Dxe9Vz_zkEE

- Informationssammlung zu Photovoltaik und Solarthermie: [Photovoltaik und Solarthermie / LEA - LandesEnergieAgentur \(lea-hessen.de\)](https://www.lea-hessen.de/photovoltaik-und-solarthermie/)
- Informationssammlung zu Solaranlagen auf denkmalgeschützten Gebäuden: [Solaranlagen auf denkmalgeschützten Gebäuden | denkmal.hessen.de](https://www.denkmal-hessen.de/solaranlagen-auf-denkmalgeschuetzten-gebaeuden/)
Sowie:
<https://www.lea-hessen.de/buergerinnen-und-buerger/denkmal-schutz-und-energiesparen/einzelmassnahmen/photovoltaik-und-solarthermie/>
- Kurzvideo zur Kombination aus PV-Anlage, Speicher und Wärmepumpe: <https://media.video.taxi/embed/JGyfGJMCgIvU?sources=LEA>
- Kurzvideo zu Photovoltaik in Unternehmen am Beispiel einer Brauerei: [Sonnen-gekühltes Bier - Schinkels Brauerei \(youtube.com\)](https://www.youtube.com/watch?v=Sonnen-gekuhltes-Bier-Schinkels-Brauerei)
- Kurzvideo zu Freiflächen-PV „Solarstrom für Biodiversität und Unternehmen in Hessen“

SOLARENERGIE-NUTZUNG FÜR MIETERINNEN UND MIETER:

- Photovoltaik-Rechner zur Berechnung der Wirtschaftlichkeit von Balkon-PV-Anlagen: <https://www.co2online.de/service/energiesparchecks/photovoltaik-check/>
- Gesammelte Informationen zur Solarenergie und Balkon-PV-Anlagen: <https://www.lea-hessen.de/buergerinnen-und-buerger/sonnenenergie-nutzen/balkon-pv-anlagen/>
- Rechner für Steckersolargeräte: <https://solar.htw-berlin.de/rechner/stecker-solar-simulator/>
- Flyer „Eigener Strom im Kleinen – Steckersolargeräte“: https://redaktion.hessen-agentur.de/publication/2021/3394_BFEH_Handzettel_Steckersolargeräte_12Seiter_230313_v16_web.pdf
- Kurzvideo zum Mieterstrom mit PV: <https://media.video.taxi/embed/IDqZe6MIXmwL?sources=LEA>

SOLARENERGIE-NUTZUNG FÜR KOMMUNEN:

- Umsetzung von Bürgersonnenkraftwerken auf kommunalen Liegenschaften: <https://www.sonneninitiative.org/kommune/buergersonnenkraftwerke-fuer-kommunen/#panel-444-2>
- Informationssammlung zu Freiflächen-PV-Anlagen der LEA Hessen: <https://www.buergerforum-energiewende-hessen.de/freiflaechensolar>

- Solaratlas „EO Solar“ des Deutschen Zentrum für Luft- und Raumfahrt zum Solardach-Potenzial und dem Solardachausbau in Deutschland auf verschiedenen Verwaltungsebenen bis hin zu Gebäuden: <https://eosolar.dlr.de/>
- Videos mit guten Beispielen zur Solarenergie aus verschiedenen Bereichen: <https://www.buergerforum-energiewende-hessen.de/Mediathek>
- Aufzeichnung Online-Seminar „Freiflächen-PV auf benachteiligten Flächen - Informationen und Erfahrungen aus Hessen“: <https://youtu.be/Fvmrle2aJJk>
- Aufzeichnung Online-Seminar „Freiflächen-PV und Naturschutz“: https://youtu.be/NMz9rJk_Glo
- Aufzeichnung Online-Seminar „Freiflächen-PV und Landwirtschaft – Good-Practice, Erfahrungen und Innovationen“: <https://youtu.be/vWycw22WnRo>
- Informationsseite der Agentur für Erneuerbare Energien zum Thema Solarstrom: <https://www.unendlich-viel-energie.de/erneuerbare-energie/sonne/photovoltaik>
- Kurzvideo zu Freiflächen-PV „[Solarstrom für Biodiversität und Unternehmen in Hessen](#)“

Die genannten Materialien können für Sie selbst und für Ihre Zielgruppen interessant sein. Nutzen Sie sie oder verweisen Sie darauf.

Baustein „Digitale Plakat-Vorlagen“

Sie erhalten verschiedene vordesignte Plakatsmotive als digitale Vorlagen kostenfrei zur Verfügung für alle drei Zielgruppen. Diese können Sie mit Ihrem Kommunennamen, Ihrem Wappen/Logo und Ihrem individuellen Text anpassen und dann für eine Bewerbung der Solarenergie in Ihrer Kommune verwenden. Zusammen mit den vordesignten Flyern sparen Sie sich wertvolle Zeit für das Beauftragen und Abstimmen eines einheitlichen Kampagnendesigns. Sie müssen die Materialien lediglich eigenverantwortlich produzieren (lassen).

Nachfolgend zeigen wir Ihnen eine Auswahl der verschiedenen Plakatsmotive in einer Übersicht. **Die Plakate gibt es in verschiedenen Formaten, sowohl im Hochformat als auch im Querformat und jeweils für die drei Zielgruppen ausgearbeitet.**



HOL DIR DIE SONNE VOM DACH.

Gemeinsam für mehr Solarenergie und Klimaschutz in Musterstadt.

Musterstadt setzt sich dafür ein, dass in privaten Haushalten mehr Sonnenenergie genutzt wird. Machen auch Sie Ihr Dach zum Solar-generator. Mehr Infos auf muster-ort.de

www.musterstadt-musterland-must.de

Muster-Logo LEA  



GELD VERDIENEN LEICHT GEMACHT.

Kann Ihr Dach Solarstrom? Das Solar-Kataster Hessen verrät es Ihnen.

Musterstadt setzt sich dafür ein, dass in privaten Haushalten mehr Sonnenenergie genutzt wird. Machen auch Sie Ihr Dach zum Solar-generator. Mehr Infos auf muster-ort.de

www.musterstadt-musterland-must.de

Muster-Logo LEA  



MEINE ENERGIE. MEIN GUTES GEFÜHL.

Gemeinsam für mehr Solarenergie und Klimaschutz in Musterstadt.

Musterstadt setzt sich dafür ein, dass in privaten Haushalten mehr Sonnenenergie genutzt wird. Machen auch Sie Ihr Dach zum Solar-generator. Mehr Infos auf muster-ort.de

www.musterstadt-musterland-must.de

Muster-Logo LEA  



JEDEN TAG SONNTAG.

Kann Ihr Dach Solarstrom? Das Solar-Kataster Hessen verrät es Ihnen.

Musterstadt setzt sich dafür ein, dass in privaten Haushalten mehr Sonnenenergie genutzt wird. Machen auch Sie Ihr Dach zum Solar-generator. Mehr Infos auf muster-ort.de

www.musterstadt-musterland-must.de

Muster-Logo LEA  



SOLARSTROM – DAMIT AUCH DEINE STROMRECHNUNG GUT ABSCHNEIDET!

Kann Ihr Dach Solarstrom? Das Solar-Kataster Hessen verrät es Ihnen.

Musterstadt setzt sich dafür ein, dass in kleinen und mittelständischen Unternehmen mehr Sonnenenergie genutzt wird. Machen auch Sie Ihr Dach zum Solar-generator. Mehr Infos auf muster-ort.de

www.musterstadt-musterland-must.de

Muster-Logo LEA  



DU – VOM FACH. DEIN STROM – VOM DACH.

Kann Ihr Dach Solarstrom? Das Solar-Kataster Hessen verrät es Ihnen.

Musterstadt setzt sich dafür ein, dass in kleinen und mittelständischen Unternehmen mehr Sonnenenergie genutzt wird. Machen auch Sie Ihr Dach zum Solar-generator. Mehr Infos auf muster-ort.de

www.musterstadt-musterland-must.de

Muster-Logo LEA  



SOLARSTROM: LASS DIE HALLE AUCH WAS TUN.

Kann Ihr Dach Solarstrom? Das Solar-Kataster Hessen verrät es Ihnen.

Musterstadt setzt sich dafür ein, dass in kleinen und mittelständischen Unternehmen mehr Sonnenenergie genutzt wird. Machen auch Sie Ihr Dach zum Solar-generator. Mehr Infos auf muster-ort.de

www.musterstadt-musterland-must.de

Muster-Logo LEA  



SOLARSTROM – ECHTE DACHARBEIT FÜR DEINEN BETRIEB!

Gemeinsam für mehr Solarenergie und Klimaschutz in Musterstadt.

Musterstadt setzt sich dafür ein, dass in kleinen und mittelständischen Unternehmen mehr Sonnenenergie genutzt wird. Machen auch Sie Ihr Dach zum Solar-generator. Mehr Infos auf muster-ort.de

www.musterstadt-musterland-must.de

Muster-Logo LEA  

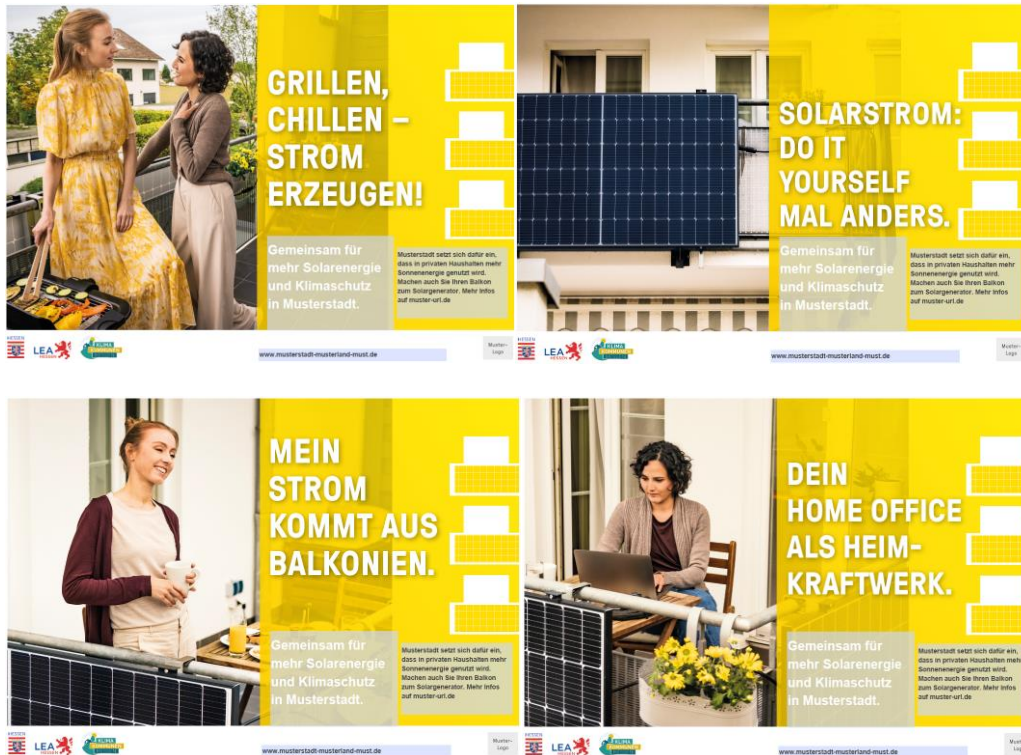


Abbildung 3: Auswahl der Plakatmotive im Querformat

Um die Plakatmotive zu erhalten, wählen Sie den Baustein „Plakatmotive“ im Bestellformular auf der Homepage der Klima-Kommunen aus (siehe Kapitel „Teilnahme – auf einen Blick“). Wenn Sie die digitalen Vorlagen erhalten haben, wählen Sie die Motive aus, die Sie verwenden möchten. Sie können sowohl zwischen einer Reihe von Motiven mit unterschiedlichen Bildern und Headlines auswählen als auch zwischen den verfügbaren Formaten im Quer- und Hochformat. Individualisieren Sie Ihre ausgewählten digitalen Motive: Ergänzen Sie Ihren Kommunennamen und das Wappen/Logo, sowie den Kurztext. Die Motive sind in PDFs mit offenen Textfeldern angelegt. Klären Sie, welche Werbeflächen in Ihrer Kommune zur Verfügung stehen, inkl. der erforderlichen Formate, und legen Sie den Zeitraum für die Kampagne fest. Dann können Sie die Produktion der Plakate beauftragen und mit der eigentlichen Plakat-Kampagne starten.

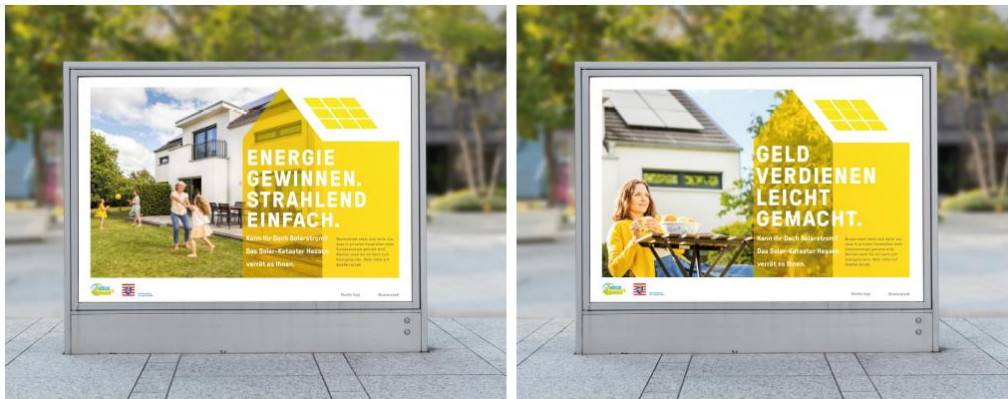


Abbildung 4: Visualisierungsbeispiel Plakat-Motive

Baustein „Digitale Inhalte für eine Social-Media-Kampagne“

Haben Sie einen Social-Media-Kanal? Perfekt! Dann nutzen Sie die vorformulierten Kurz-Nachrichten für verschiedene Kanäle. Es wurde ein Paket aus einem Bild, einer passenden Bildaufschrift und einem kurzen Text als Bildunterschrift für Sie zusammengestellt – für jede der drei Zielgruppen. Dabei werden unterschiedliche Inhalte rund um die Solarenergie von Dach und Balkon adressiert. Die Fotos sind in drei Formaten direkt passend für **Twitter**, **Instagram** oder **Facebook** angelegt. Sie können den Baustein „Digitale Inhalte für eine Social-Media-Kampagne“ im Bestellformular der Klima-Kommunen-Webseite (siehe Kapitel „Teilnahme – auf einen Blick“) angeben. Dann erhalten Sie die entsprechende Vorlage, die Sie auf Ihre Bedarfe anpassen können. Sie können alle Posts verwenden oder nur einzelne – ganz wie Sie möchten. Die meisten Motive basieren auf den Fotos der Plakat-Kampagne. Je nach Botschaft wurden aber z.T. auch andere Bilder ergänzt.

Um Ihnen die Bearbeitung möglichst leicht zu machen, wurden die Social-Media-Nachrichten als Powerpoint-Datei vorbereitet. Dadurch haben Sie die Möglichkeit, individuelle Anpassungen durchzuführen. Zudem enthält das Paket jeweils das Haupt-Erkennungssymbol der jeweiligen Zielgruppe (gelbes Haus, Halle mit Dachanlage und Mehrfamilienhaus mit Balkonen) als „Schablone“ zur Verwendung auf Ihren eigenen Bildern. Den Text-Vorschlag zu den jeweiligen Motiven finden Sie im Notiz-Bereich bei Powerpoint. Um aus der Powerpoint-Datei ein Bild zu erzeugen, das Sie in den Social-Media-Kanälen posten können, speichern Sie die ausgewählten Powerpoint-Folien über den Dialog „Speichern unter“ einfach als Bild-Datei (z.B. .jpeg). Ergänzen Sie dann im Post selbst den Text, den Sie im Notizbereich finden. Sie können diesen natürlich anpassen oder ganz nach Ihren Wünschen einen anderen Text formulieren.

TIPP: DER FOTOPOOL BIETET IHNEN AUSSERDEM BILDER IM LOOK DER KAMPAGNE FÜR EIGENE, WEITERE POSTS, DIE SIE INNERHALB DER SOLARKAMPAGNE FREI VERWENDEN KÖNNEN. SELBSTVERSTÄNDLICH KÖNNEN SIE AUCH IHRE EIGENEN FOTOS VERWENDEN.

Außerdem gibt es viele weitere Materialien und Informationssammlungen, aus denen Sie Ihre eigenen Social-Media-Posts erstellen können (siehe im Kapitel „Baustein „Kampagnen-Kick-Start““ und dort Punkt „4. Weiterführende Informationsmaterialien“).

Klären Sie ggf. mit der Öffentlichkeitsarbeit in Ihrer Kommune, wann und in welchem Rhythmus Social-Media-Nachrichten zum Thema Solarenergie während des Kampagnenzeitraums gepostet werden. Während der Kampagne sind mindestens ein Post, besser zwei Posts pro Woche sinnvoll. Damit Ihr Post Ihre Zielgruppe bestmöglich erreicht, sollten auch die Zeitfenster beachtet werden, beispielsweise für die Bürgerinnen und Bürger sonntags 17-20h und donnerstags 17-20h.

Stichwort Reichweite: Möglicherweise gibt es in Ihrer Kommune Personen mit hoher Reichweite (Bekannte Persönlichkeiten, „Influencer“ oder „Micro-Influencer“), die Sie für das Thema Solarenergie gewinnen können. Es kann sich auch anbieten, durch ein (i.d.R. überschaubares) Werbebudget zusätzliche Reichweite zu generieren. Dabei können Sie zum Beispiel gezielt Personen aus Ihrer Kommune ansprechen. Informationen zu Werbemöglichkeiten auf den Social-Media-Plattformen finden Sie bei den Betreibern der jeweiligen Plattformen.

Baustein „Digitaler Fotopool“

Um Ihre Öffentlichkeitsarbeit im Bereich Solarenergie zu unterstützen, erhalten Sie kostenfrei einen digitalen Fotopool zur Verwendung im Zuge Ihrer Solarkampagne. Die Fotos hierfür wurden extra erstellt und in der Motivwahl an den drei Zielgruppen ausgerichtet.



Abbildung 5: Auswahl von Fotomotiven aus dem Fotopool

NUTZUNGSRECHTE BEIM FOTOPOOL

Die Bilder sind zur kostenfreien Nutzung durch die hessischen Kommunen zum Zwecke einer Kampagne bzw. Öffentlichkeitsarbeit zum Thema Solarenergie freigegeben. Eine Weitergabe an Dritte oder Nutzung für andere Zwecke ist nicht gestattet. **Bei der Nutzung der Fotos ist zwingend ein Urheber-Verweis anzugeben. Dieser richtet sich nach dem Namen des Fotografen, der in den Bilddatei-Bezeichnungen genannt ist und lautet entsprechend: © LEA Hessen / Arne Landwehr oder © LEA Hessen / Markus Feger.** Weitere Details siehe Nutzungsbedingungen.

Baustein „Veranstaltungskonzept“

Eine gute Kampagne lebt von der Vielfalt an Aktionen, die sich im Kampagnenzeitraum abspielen. Deswegen werden Ihnen auch Ideen für Veranstaltungskonzepte zu den drei Zielgruppen geboten, die Sie im Rahmen Ihrer Kampagne umsetzen können. Es handelt sich dabei um Konzepte für eine Informationsveranstaltung, die verschiedene Themen behandelt, oder als mehrteilige Reihe zu verschiedenen Themen stattfinden kann.

Für die Informationsveranstaltung(en) werden Ihnen mögliche Ablaufpläne und organisatorische Hinweise, Themen für Vorträge sowie Hinweise für potenzielle Referierende zur Verfügung gestellt. Alles versteht sich als Orientierung, kann direkt übernommen oder beliebig verändert werden. Insbesondere bei den Themenvorschlägen können Sie die für sich interessantesten Themen auswählen und für Ihre Veranstaltung frei kombinieren.

TIPP: ES KANN SINNVOLL SEIN, EINE INFORMATIONSVERANSTALTUNG BZW. VERSCHIEDENE INPUTS ZUM THEMA SOLARENERGIE AN BESTEHENDE VERANSTALTUNGEN ANZUDOCKEN. MIT VORTRÄGEN, KURZEN INPUTS, WETTBEWERBEN ODER GEWINNSPIELEN SCHAFFT MAN AUFMERKSAMKEIT.

Prinzipiell sind die dargestellten Vorschläge für Informationsveranstaltungen auch als Online-Format denkbar, falls keine Präsenzveranstaltungen möglich sein sollten.

Baustein „Wettbewerbskonzept“

Erfolgreiche Kampagnen zeichnen sich häufig durch das aktive Einbeziehen der Zielgruppen aus. Eine Lösung hierfür bieten Wettbewerbe oder Quiz-Aktionen, die online, auf Festivitäten oder im Rahmen eines kleinen Aktions-Marktplatz-Standes angeboten werden. Dabei wird auf das spielerische Element gesetzt, um einen Anreiz zu schaffen, sich mit der Thematik zu befassen. Eine einfache, aber häufig sehr wirkungsvolle Maßnahme im Rahmen von Kampagnen.

Deshalb wurde das Konzept-Papier für einen Wettbewerb erstellt, das Sie übernehmen und ggf. nach Ihrem Geschmack bzw. entsprechend der Voraussetzungen in Ihrer Kommune anpassen können: Es geht dabei um den „SolarCup“, ein Wettbewerb, bei dem Kinder und Jugendliche Solarfahrzeuge basteln und dann an einem Wettrennen teilnehmen. Dieser Wettbewerb wird bereits in vielen Städten in Deutschland und auch in Hessen durchgeführt. Auch hier gilt: „Man muss das Rad nicht neu erfinden“.

Das Konzept-Papier enthält eine kurze Beschreibung der wichtigsten „Key-Facts“ für Ihren Wettbewerb: Welche Ressourcen werden benötigt? Welcher Zeitraum sollte für die Umsetzung eingeplant werden? Welche Akteure bindet man sinnvollerweise ein? Außerdem werden erste Schritte zur Umsetzung aufgezeigt, sodass Sie direkt loslegen können.

NUTZUNGSBEDINGUNGEN

Um die Materialien nutzen zu können, müssen Sie bei der Bestellung die Nutzungsbedingungen akzeptieren. Diese sind nachfolgend zur Information aufgeführt.

- 1. Die durch die LEA LandesEnergieAgentur Hessen GmbH (nachfolgend „Bereitsteller“) im Auftrag des Hessischen Ministeriums für Landwirtschaft und Umwelt, Weinbau, Forsten, Jagd und Heimat und in Kooperation mit dem Hessischen Ministerium für Wirtschaft, Energie, Verkehr, Wohnen und ländlichen Raum zur Verfügung gestellten Medien dürfen von hessischen Kommunen, Landkreisen, sowie deren Zusammenschlüssen (nachfolgend „Empfänger“) kostenfrei ausschließlich zweckgebunden für die Umsetzung deren Kampagnen oder Öffentlichkeitsarbeit zur Bewerbung der Solarenergie-Nutzung in Hessen genutzt werden.**
- 2. Werden Fotos aus den zur Verfügung gestellten Medien genutzt, dann ist der Urheber des Fotos anzugeben, der im Titel der Bilddatei benannt ist. Die Angabe lautet entsprechend: © LEA Hessen / Arne Landwehr oder © LEA Hessen / Markus Feger.**
- 3. Eine Weitergabe der zur Verfügung gestellten Medien an Dritte außerhalb der in (1) genannten Zwecke ist nicht gestattet.**
- 4. Eine Nutzung der zur Verfügung gestellten Medien für andere als die in (1) genannten Zwecke ist nicht gestattet. Die Zur Verfügung gestellten Medien dürfen nicht für politische Arbeit und/oder Wahlwerbung genutzt werden.**

5. Die zur Verfügung gestellten Medien können teilweise vom Empfänger individualisiert werden. Dazu enthalten einige der Medien frei beschreibbare Felder, die der Empfänger selbst beschriften kann. Der Empfänger verpflichtet sich, die Individualisierung ausschließlich zweckgebunden auf die in (1) genannten Zwecken auszurichten. Die Individualisierbarkeit der zur Verfügung gestellten Medien darf durch den Empfänger nicht für andere Zwecke missbraucht werden.
6. Der Empfänger verpflichtet sich, an geeigneter Stelle (mindestens auf seiner eigenen Webseite und in seinen Pressemitteilungen, die zum in (1) genannten Zweck veröffentlicht werden) darauf hinzuweisen, dass die Erstellung der Vorlagen für die Medien durch das Land Hessen finanziert wurde.
7. Der Empfänger verpflichtet sich, zeitnah innerhalb von zwei Kalendermonaten nach der Durchführung der Kampagne oder Öffentlichkeitsarbeit gemäß (1) einen Kurzbericht an den Bereitsteller abzuliefern.
8. Der Empfänger verpflichtet sich, Belegexemplare der produzierten Materialien, sowie digitale Abbilder der digitalen Kampagnen-Bausteine („Screenshots“) gemeinsam mit dem in (7) genannten Kurzbericht zeitnah innerhalb von zwei Monaten nach der Durchführung der Kampagne oder Öffentlichkeitsarbeit gemäß (1) an den Bereitsteller zu liefern.
9. Der Bereitsteller sowie die Hessische Landesregierung schließen jegliche Haftung und Gewährleistung für Schäden aus, die im Zusammenhang mit der Nutzung der zur Verfügung gestellten Medien entstehen können.
10. Bei Verstoß des Empfängers gegen diese Nutzungsbedingungen erlischt das Nutzungsrecht an den zur Verfügung gestellten Medien. Der Empfänger hat die Medien dann an den Bereitsteller zurückzugeben und seine digitalen Kopien zu löschen.
11. Der Bereitsteller behält sich das Recht vor, die Nutzungsrechte an den zur Verfügung gestellten Medien jederzeit zu widerrufen. In diesem Fall wird der Empfänger schriftlich informiert. Der Empfänger hat dann unmittelbar die Medien an den Bereitsteller zurückzugeben und seine digitalen Kopien zu löschen.
12. Die etwaige Unwirksamkeit einzelner Bestimmungen dieser Nutzungsbedingungen berührt nicht die Gültigkeit der übrigen Inhalte der Nutzungsbedingungen.

- 13. Sollten Streitigkeiten aus der Nutzung der überlassenen Medien entstehen, so vereinbaren die Parteien als Gerichtsstand Wiesbaden.**

IHRE MEINUNG IST UNS WICHTIG

Wir, die Fachstelle der hessischen Klima-Kommunen, haben alle Bausteine der kommunalen Solarkampagne mit unseren Partnerinstitutionen und -unternehmen mit viel Engagement und großer Motivation für Sie erarbeitet. Wir freuen uns, wenn Sie die Materialien verwenden und damit einen weiteren Beitrag zur Steigerung der Solarenergienutzung in Hessen leisten.

Um zukünftige Vorlagen noch besser auf Ihre Bedarfe anpassen zu können, sind Ihre Rückmeldungen sehr hilfreich. Melden Sie uns gerne per Anruf oder E-Mail, falls Ihnen etwas auffällt oder Sie Verbesserungsvorschläge haben. Natürlich freuen wir uns genauso über positive Erfahrungen. Falls Sie Ideen für weitere Bausteine haben, geben Sie uns gerne Bescheid.

Vielen Dank!

Ihre Fachstelle „Hessen aktiv – Die Klima-Kommunen“ bei der LEA LandesEnergieAgentur Hessen

IMPRESSUM

Handlungsleitfaden „Kommunale Solarkampagne“

HERAUSGEBER:

LEA LandesEnergieAgentur Hessen GmbH
Mainzer Straße 118
65189 Wiesbaden
www.lea-hessen.de



WEITERFÜHRENDE INFORMATIONEN:

Bündnis „Hessen aktiv: Die Klima-Kommunen“
www.klima-kommunen-hessen.de



Wiesbaden, 2024

HINWEIS:

Diese Druckschrift wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit der Hessischen Landesregierung herausgegeben. Sie darf weder von Parteien noch von Wahlbewerberinnen und -bewerbern oder Wahlhelferinnen und -helfern während eines Wahlkampfes zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden. Dies gilt für Landtags-, Bundestags-, Europa- und Kommunalwahlen. Missbräuchlich sind insbesondere eine Verteilung dieser Druckschrift auf Wahlveranstaltungen oder an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken oder Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zwecke der Wahlwerbung. Auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl darf die Druckschrift nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Landesregierung zugunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte. Den Parteien ist es jedoch gestattet, die Druckschrift zur Unterrichtung ihrer eigenen Mitglieder zu verwenden.