

**Markt- und Tourismusforschung
Eberhard Biehl und Dr. Bert Hallerbach**

**Auszug aus der Eigenstudie
,Präsenz des Themas Solaranlagen und –hersteller
in Deutschland‘**

- 02/2011 -





Hintergrund

T.I.P. BIEHL & PARTNER führt in regelmäßigen Abständen Telefoninterviews zu Themen durch, die über tagesaktuelle Fragestellungen und konkrete Kundenanfragen hinausgehen.

Die vorliegenden Fragen beschäftigen sich mit dem Interesse an Solaranlagen und dem aktuellen Kenntnisstand zu Solaranbietern. Die Befragung soll ein Blitzlicht zur Präsenz des Themas sein. Dabei ist von Interesse, in wieweit aktuelle Diskussionen um regenerative Energien und Solarförderung sich auf die Wahrnehmung des Themas in Deutschland ausgewirkt haben.

Hierzu wurden im Februar 2011 insgesamt 1.347 Personen telefonisch bundesweit befragt.



T.I.P. BIEHL & PARTNER verfügt über ein leistungsfähiges CATI-Studio (über 45 Arbeitsplätze), in dem die Befragung durchgeführt wurde.

Die Haushalte wurden in ganz Deutschland nach dem random-last-digit Verfahren gezogen und die Befragten im next birthday Verfahren ausgewählt.

Dabei wurde die Voxco Befragungssoftware für **CATI-** und **CAPI-**Studien eingesetzt.





Vorab-Anmerkungen

In dem vorliegenden Auszug aus den Ergebnissen der Studie werden die Aussagen über alle Befragten und differenziert nach Geschlecht und den einzelnen Altersgruppen dargestellt. Weiterhin werden die verschiedenen Variablen untereinander an den Stellen in Beziehung gesetzt, wo sich interessante Zusammenhänge ergeben können.

In den letzten Monaten ist das Thema Solartechnik hinsichtlich verschiedener Aspekte in der Öffentlichkeit wieder verstärkt diskutiert worden: Sei es durch mögliche Veränderungen der Einspeisevergütungen, der Förderungen und ihre Kosten für die Allgemeinheit, oder auch durch die wachsende Konkurrenz von Billiganbietern aus Fernost auch in diesem Segment. Gleichzeitig sind auch verstärkte Werbeaktivitäten der Solaranbieter auf diesem stetig und deutlich wachsenden Markt zu beobachten.

Und auf übergeordneter Ebene ist die Indikation verstärkter Implementierung regenerativer Energieerzeugung quasi ein ‚Dauerbrenner‘.

Vor diesem Hintergrund haben wir die folgenden Fragen als Momentaufnahme zur Beleuchtung des Themenkreises gestellt.

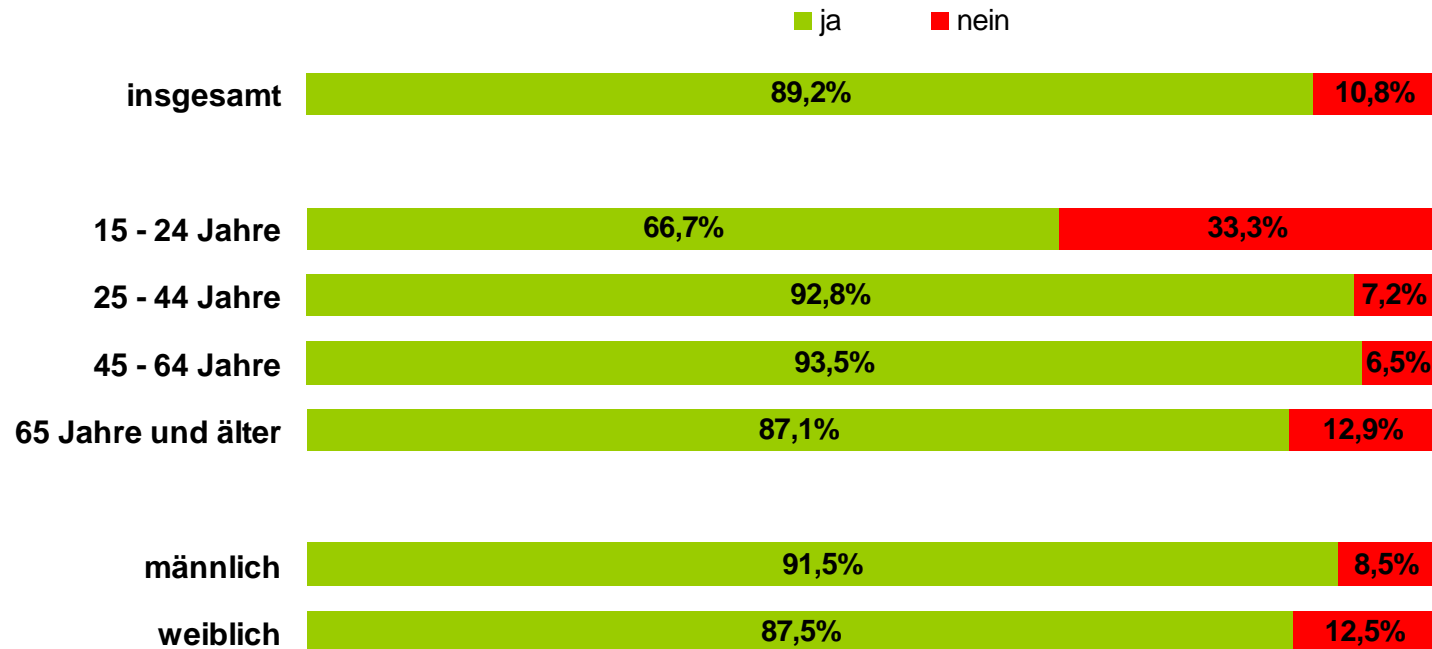
Der Befragungszeitpunkt lag vor den Ereignissen in Japan.





Bekanntheit der Förderung von Solaranlagen

Haben Sie schon davon gehört, dass es für die Errichtung von Solaranlagen auch für Privatpersonen Förderungsmöglichkeiten gibt?

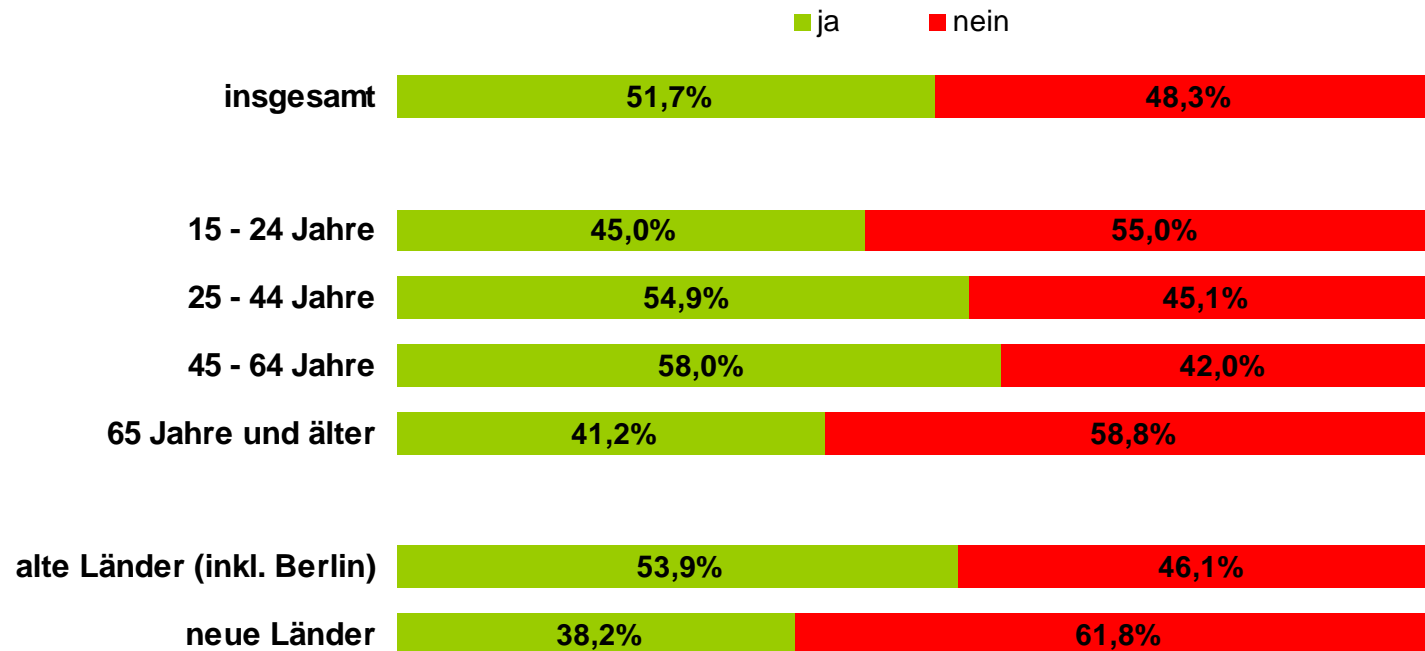


Die Bekanntheit von Fördermöglichkeiten für Solaranlagen liegt allgemein auf hohem Niveau – nur die jungen Erwachsenen fallen dabei durch deutlich geringere Kenntnis auf, was auch mit weniger Bedarf und finanziellen Potenzialen dieser Altersgruppen mitbedingt sein dürfte.



Potenzial für die Errichtung von Solaranlagen

Haben Sie selbst grundsätzlich die Möglichkeit, eine Solaranlage zu errichten, z.B. auf einem Haus etc.?



Nur für die Hälfte der Befragten kann die Errichtung von Solaranlagen ein persönliches Thema sein.

Dabei haben erwartungsgemäß die mittleren Altersgruppen das höchste Potenzial; jenseits der 65 Jahre geht es wieder zurück.

Vor allem im regionalen Vergleich zeigen sich größere Unterschiede: In den neuen Ländern bestehen in den Augen der Befragten grundsätzlich weniger Möglichkeiten.

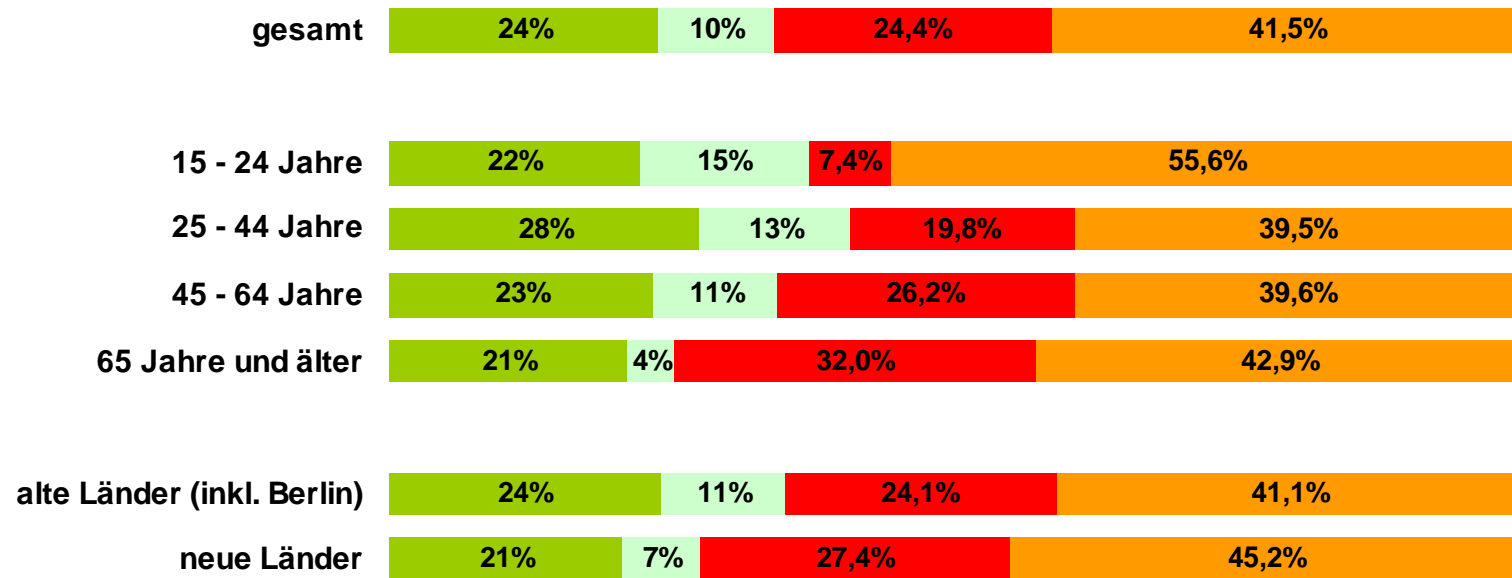
N=1347



Aktueller Stand der Dinge bezüglich Solaranlagen

Haben Sie die Errichtung einer Solaranlage ...?

- schon durchgeführt
- noch vor
- geprüft und mich dagegen entschieden
- nicht vor / noch nicht überlegt



Ein Viertel der Befragten, die grundsätzlich eine Solaranlage errichten könnten, hat dieses Vorhaben auch bereits umgesetzt. Weitere 10% haben die Errichtung einer Anlage vor; auch unter den 42%, die das Thema noch nicht näher reflektiert haben, dürfte mitunter noch Potenzial bestehen; lediglich ein Viertel scheint hinsichtlich des Interesses an Solaranlagen verloren.

Zudem zeigt sich ein Alterseffekt: Mit zunehmenden Alter steigt die bewusste Ablehnung bezüglich der Einrichtung von Solaranlagen.

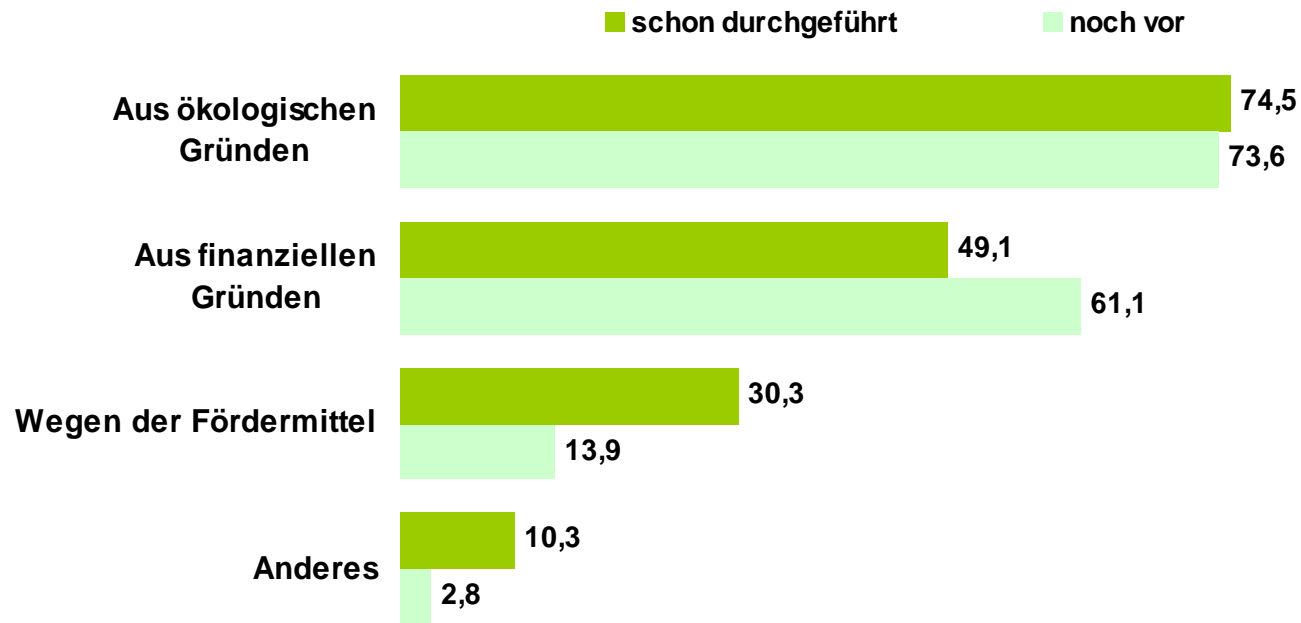
N=696; nur Befragte mit Solaranlagen-Potenzial





Begründungen für die Affinität zu Solaranlagen

Warum haben Sie die Errichtung einer Solaranlage ...?



Ökologische Gründe stehen bei der Affinität zur Errichtung einer Solaranlage zwar im Vordergrund, finanzielle Gründe werden aber ebenfalls von einer Mehrheit genannt. Bei denjenigen, die bereits eine Anlage errichtet haben, spielen zudem auch die konkreten Fördermittel eine deutlichere Rolle.

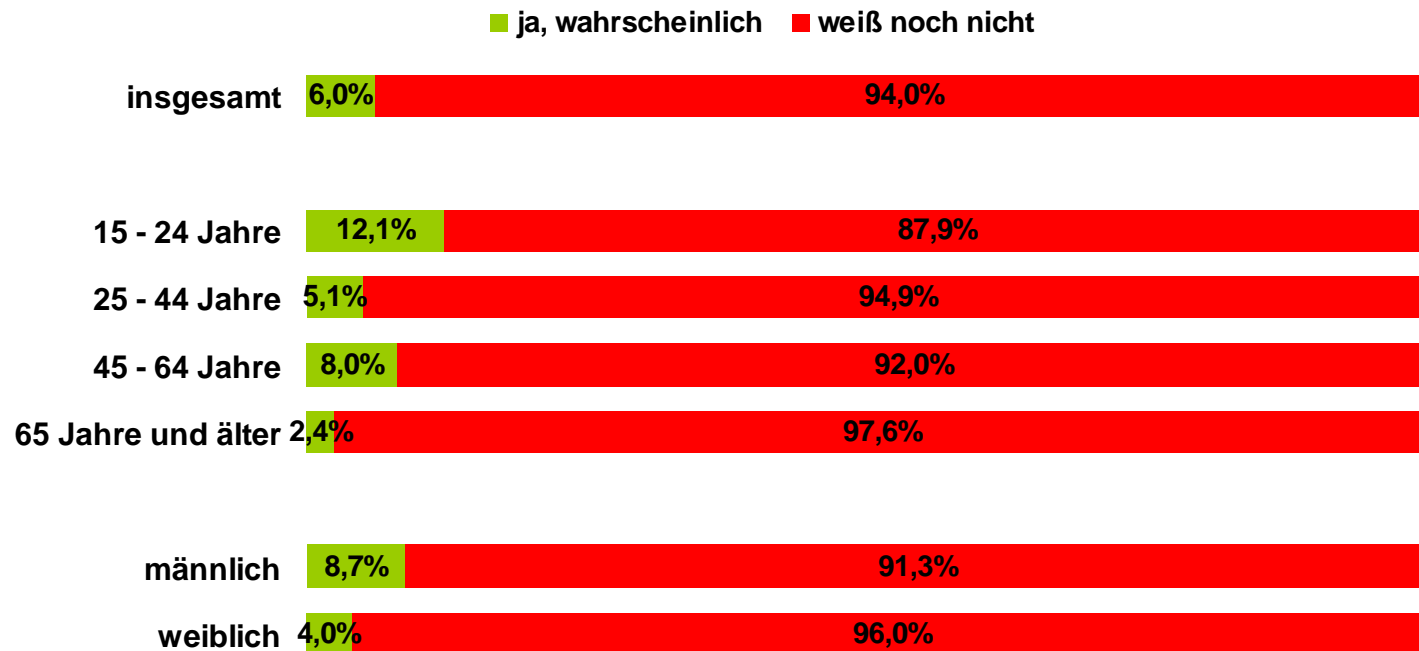
Auch finanzielle Anreize sind für die Implementierung der Solartechnik also durchaus wichtig.

N=237; nur Befragte mit Affinität zu Solaranlagen



Interesse an Beteiligungen

Besteht Interesse, sich an der Solaranlage eines anderen Betreibers finanziell zu beteiligen?



Das Interesse, sich an Solaranlagen von anderen zu beteiligen, ist durchweg recht gering. Lediglich junge Erwachsene zeigen diesbezüglich zumindest etwas mehr Aufgeschlossenheit.

Es lässt sich vermuten, dass die erwartete Intransparenz von Kosten/Nutzen dabei eine Rolle spielt

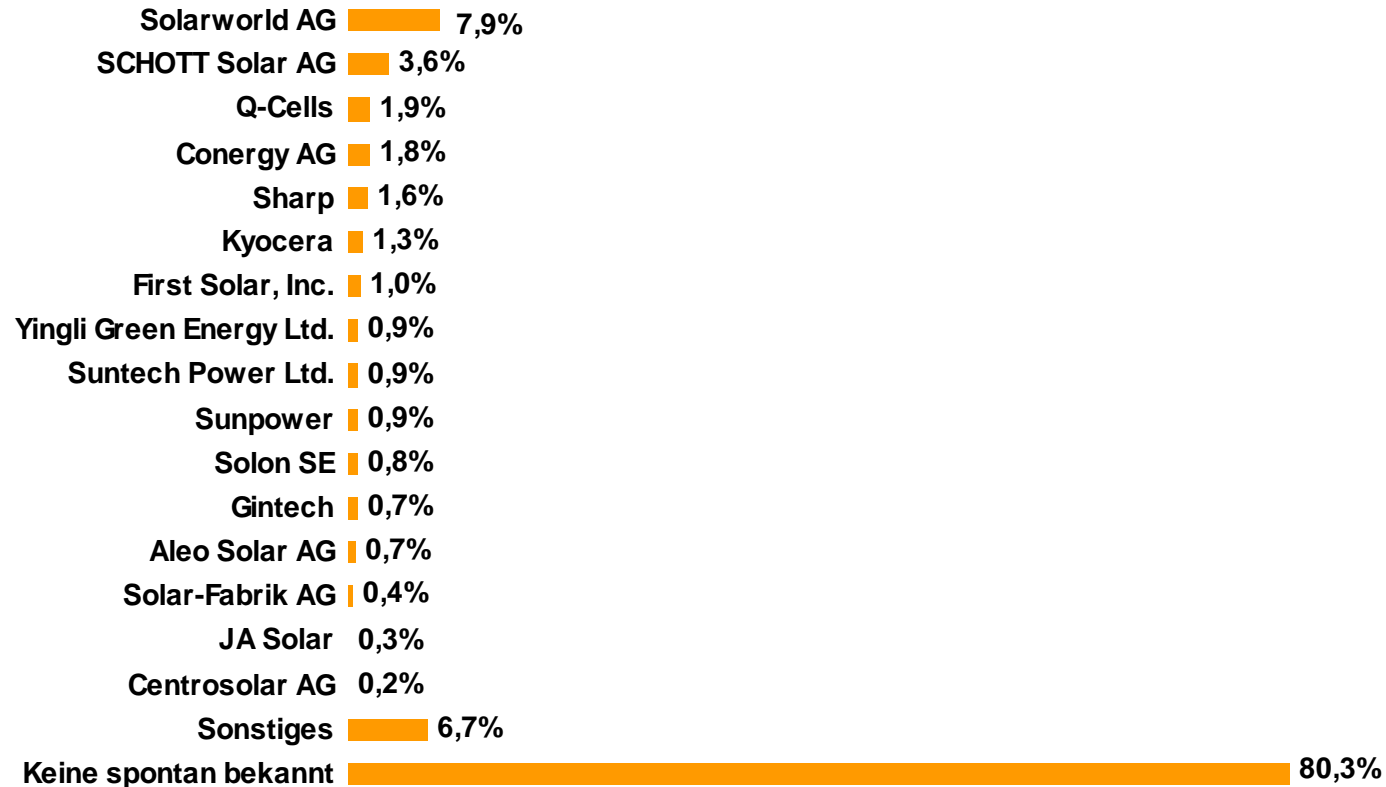
N=696; nur Befragte mit Solaranlagen-Potenzial





Spontane Kenntnis von Solarmodul-Herstellern

Welche Hersteller von Solarmodulen kennen Sie?



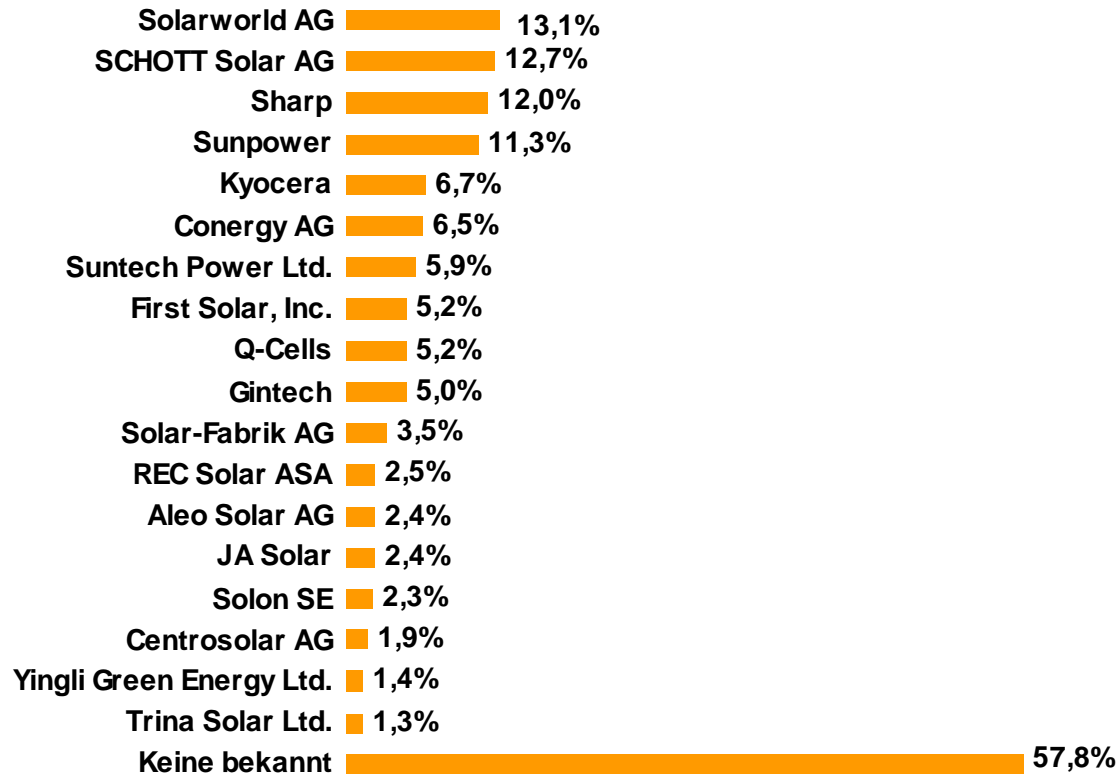
Nur 20% aller Befragten können Solarhersteller benennen.

In der spontanen Präsenz liegen die heimischen Hersteller klar vorn – insbesondere für Solarworld haben die verstärkten Werbeaktivitäten zumindest hinsichtlich der Bekanntheit Früchte getragen



Gestützte Kenntnis von Solarmodul-Herstellern

Ich lese Ihnen noch einige Hersteller von Solarmodulen vor. Sagen Sie mir bitte, ob Sie den jeweiligen Hersteller kennen oder nicht!?



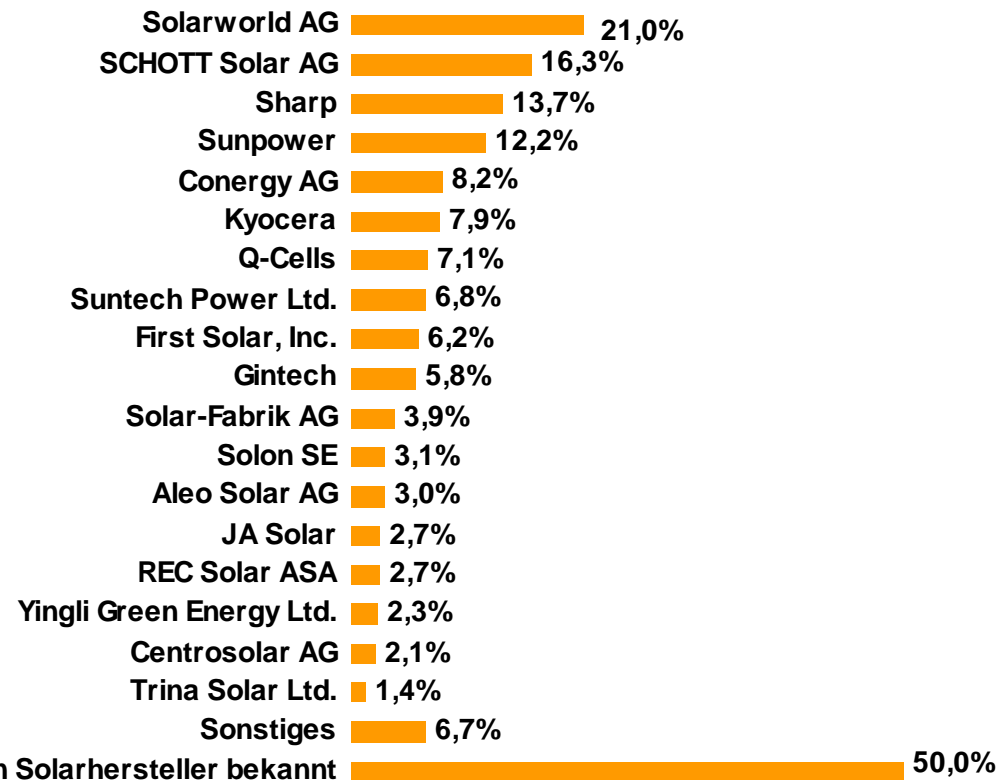
Gestützt ist fast der Hälfte mindestens ein Solarhersteller dem Namen nach bekannt. Eventuell kennt man manche davon auch aus anderen Produktbereichen (→z. B. Schott, Sharp). Auch für manchen heimischen Hersteller gilt, dass hier noch kommunikative Maßnahmen notwendig sind, um sich bei Interessenten ‚ins Gespräch‘ zu bringen.

N=1347



Kumulierte Kenntnis von Solarmodul-Herstellern (spontan oder gestützt)

Ich lese Ihnen noch einige Hersteller von Solarmodulen vor. Sagen Sie mir bitte, ob Sie den jeweiligen Hersteller kennen oder nicht!? (→ Summe aus spontaner oder gestützter Bekanntheit)



Angesichts des relativ verbreiteten Interesses an Solaranlagen ergibt sich angesichts fehlender Anbieter-Kenntnisse bei der Hälfte der Befragten noch Potenzial, sich durch Kommunikation stärker zu profilieren.

N=1347



Zusammenfassung

Deutliche Präsenz des Themas Solaranlagen, aber noch geringe Kenntnis relevanter Hersteller

- ➔ Die Förderungsmöglichkeiten für die Einrichtung von Solaranlagen sind einer großen Mehrheit bekannt; lediglich junge Erwachsene zeigen sich hier deutlich weniger informiert. Hierzu zeichnet sich demnach wenig Kommunikationsbedarf ab.
- ➔ Immerhin rund die Hälfte der Befragten sieht prinzipiell die Möglichkeit, bei sich eine Solaranlage einzurichten; knapp ein Viertel dieser Befragten mit Potenzial hat bereits eine Solaranlage eingerichtet, noch mal fast halb so viel haben dies aber noch vor. Trend: Je jünger die Befragten, desto weniger wird die Einrichtung von Solaranlagen abgelehnt.
- ➔ Ökologische Gründe werden zwar bei Affinität zur Einrichtung von Solaranlagen am häufigsten als Begründung genannt. Finanzielle Gründe bzw. Anreize wie Fördermittel werden aber ebenfalls von einer Mehrheit als Argumente angeführt – um die Systeme erschwinglich und/oder rentabel zu machen, bleiben finanzielle Anreize und Argumente also für die Implementierung von Solartechnik weiterhin wichtig,.
- ➔ Auch eine positive Einstellung zu Solaranlagen hat Grenzen: Geht es um die finanzielle Beteiligung an Solaranlagen eines anderen Betreibers, äußern nur noch 6% der Befragten mit Potenzial für Solaranlagen ein (bedingtes) Interesse, die Übrigen lassen die Antwort zumindest offen („weiß noch nicht“). Dies legt nahe, dass man auch bezüglich Solaranlagen auf Kontrolle und Transparenz des Kosten/Nutzen-Rahmens großen Wert legt.
- ➔ Im Unterschied zu den Fördermöglichkeiten sind konkrete Hersteller von Solarmodulen aktuell nur einer Minderheit bekannt; spontan können 80% keine Solarmodul-Hersteller nennen, gestützt kommt noch mehr als der Hälfte aller Befragten keiner der 18 exemplarisch Genannten als Solarmodul-Hersteller bekannt vor.
- ➔ Bei den ‚Kennern‘ liegen insbesondere in den Spontannennungen die heimischen Hersteller klar vorn; entsprechende Werbeaktivitäten zeigen hier schon Wirkung. Gleichzeitig wird aber deutlich, dass sich hierbei für die Hersteller noch Bedarf an weiterer Kommunikation ergibt, um für die Interessenten an diesem noch recht jungen Wachstumsmarkt stärker ins Bewusstsein zu treten.

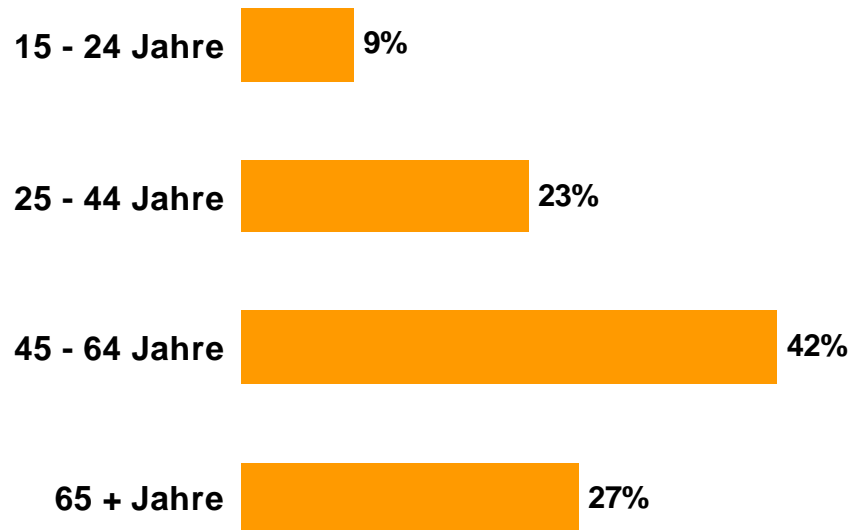


T.I.P. BIEHL & PARTNER



Charakteristik der Stichprobe

Altersklassen

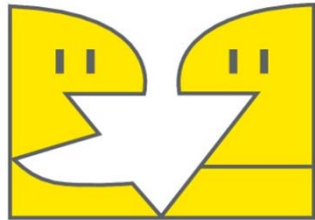


Die Gesamtstichprobe weist ein Durchschnittsalter von ca. 52 Jahren auf und ist damit nahezu repräsentativ für die deutsche Wohnbevölkerung ab 15 Jahren.

N=1347



Sie haben Fragen? Sie möchten mehr erfahren?



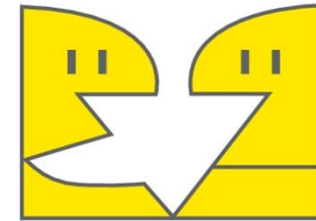
T.I.P. BIEHL & PARTNER

**Markt- und Tourismusforschung
Eberhard Biehl und Dr. Bert Hallerbach**

**Bert.Hallerbach@tip-web.de
+49 651 9480016**

Dr. Bert Hallerbach
Institutsleitung
Eurener Str. 15 54294 Trier

www.tip-web.de



T.I.P. BIEHL & PARTNER

**Markt- und Tourismusforschung
Eberhard Biehl und Dr. Bert Hallerbach**

**Eberhard.Biehl@tip-web.de
+49 651 9480018**

Diplom-Psychologe
Institutsleitung
Eurener Str. 15 54294 Trier

www.tip-web.de

