

**Maurice Maaß**

# Solarkampagnen im urbanen Raum. Best Practice, Erfolgsfaktoren und Hemmnisse für die Stadt Augsburg

**Bachelorarbeit**

# BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei [www.GRIN.com](http://www.GRIN.com) hochladen  
und kostenlos publizieren



**Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:**

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

**Impressum:**

Copyright © 2019 GRIN Verlag  
ISBN: 9783346746849

**Dieses Buch bei GRIN:**

<https://www.grin.com/document/1268632>

**Maurice Maaß**

**Solarkampagnen im urbanen Raum. Best Practice,  
Erfolgsfaktoren und Hemmnisse für die Stadt Augsburg**

## **GRIN - Your knowledge has value**

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite [www.grin.com](http://www.grin.com) ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

### **Besuchen Sie uns im Internet:**

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

[http://www.twitter.com/grin\\_com](http://www.twitter.com/grin_com)

# **Untersuchung von Grundlagen für eine Solarkampagne in der Stadt Augsburg**

Bachelorarbeit

## Abstract

The following paper deals with the question how a ideal solar campaign could be appeared. At the beginning a literature recherche about best-practice solar campaigns in urban cities will be focused. On the one hand it should help to characterize some structures which are classified as successful factors. These include the climate goals, important actors and their area of responsibility, information channels, public relation, possibly financial support and financial investments and effects and successes of them. On the other hand obstruction factors will find out to find solutions for them. After that the main success and obstruction factors will be summarized.

Furthermore the investigated city Augsburg will be focused. First of all the potential of solar power, the developement of photovoltaics and solar heat and the availability of roofareas of Augsburg will be analysed. Subsequently a final actors structure will be presented. After these steps there will be two qualitavive interviews holden with two potential key actors for a solar campaign in Augsburg to find out some informations which are not found out in the literature recherche. Moreover the interviews help to get a first evaluation about a potential solar campaign in the urban area of Augsburg. First of all a interview will be hold with the Passivhaus Zentrum in Augsburg. The Passivhaus Zentrum is a company which execute solar advices, solar installation, installation of storage systems, the construction of modern energetic buildings and the energetic restoration of older buildings. The second interview actor is the Bayerische Landesamt für Umwelt (LfU). This institute has an intensive expertise in case of waste, water, geology, energy, climate, air, nature, economy and communication. Especially the opinion of the institute about the communication and public response is important for this interview because the LfU has based to the department many experts. Evaluations about acceptance of the urban population, the quality of the communication and public response and which motivations in the population are excist will be expected. Concluding the main statements will be summarized so that the most important opinions are obviously.

After that the whole previous informations and structures will be transfered to the urban area of Augsburg and a first evalution and view will be given which actors in Augsburg could be important for a urban solar campaign. At the end of this paper a conclusion of the thesis will be given.

# Inhaltsverzeichnis

|                                                                                                        |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Abbildungsverzeichnis.....                                                                             | V  |
| Tabellenverzeichnis.....                                                                               | VI |
| 1    Einleitung.....                                                                                   | 1  |
| 2    Methodik.....                                                                                     | 3  |
| 2.1    Literaturrecherche.....                                                                         | 3  |
| 2.2    Qualitative Methode.....                                                                        | 3  |
| 3    Best-practice Beispiele von Solarkampagnen in Deutschland.....                                    | 4  |
| 3.1    Solarkampagne Hannover: „Hannover auf Sonnenfang – Eine Millionen Quadratmeter solar 2020“..... | 6  |
| 3.1.1    Klimaziele und Projektbeschreibung.....                                                       | 6  |
| 3.1.2    Akteure und Aufgabenfelder.....                                                               | 9  |
| 3.1.3    Fördermöglichkeiten.....                                                                      | 9  |
| 3.1.4    Öffentlichkeitsarbeit und Informationskanäle.....                                             | 10 |
| 3.1.5    Wirkung & Erfolg.....                                                                         | 10 |
| 3.2    Solarkampagne Freiburg im Breisgau: „Dein Dach kann mehr!“.....                                 | 12 |
| 3.2.1    Klimaziele und Projektbeschreibung.....                                                       | 12 |
| 3.2.2    Akteure und Aufgabenfelder.....                                                               | 14 |
| 3.2.3    Informationskanäle & Öffentlichkeitsarbeit.....                                               | 15 |
| 3.2.4    Wirkung & Erfolg.....                                                                         | 16 |
| 3.3    Solarkampagne Kreis Gütersloh: „Sonne sucht Dach“.....                                          | 17 |
| 3.3.1    Klimaschutzziele und Projektbeschreibung.....                                                 | 17 |
| 3.3.2    Akteure und Aufgabenfelder.....                                                               | 18 |
| 3.3.3    Informationskanäle und Öffentlichkeitsarbeit.....                                             | 19 |
| 3.3.4    Kosten und Investitionen.....                                                                 | 20 |
| 3.3.5    Wirkung und Erfolg.....                                                                       | 21 |
| 4    Identifizierung von Erfolgsfaktoren und Hemmnissen.....                                           | 23 |
| 4.1    Erfolgsfaktoren.....                                                                            | 23 |
| 4.2    Hemmnisse.....                                                                                  | 26 |
| 4.3    Vor- und Nachteile der Photovoltaik.....                                                        | 29 |

|       |                                                                                                                         |    |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 5     | Bestandsaufnahme der Solarnutzungsdaten der Stadt Augsburg .....                                                        | 31 |
| 5.1   | Das Solarpotential in Südbayern allgemein und Augsburg.....                                                             | 31 |
| 5.2   | Entwicklung und Ziele der Photovoltaik und Solarthermie im Wirtschaftsraum<br>und Stadtgebiet Augsburg .....            | 31 |
| 5.3   | Flächen- und Dachpotential der Stadt Augsburg .....                                                                     | 35 |
| 6     | Akteursanalyse und Interview-Ergebnisse von Beteiligten im Kontext einer<br>potentiellen Augsburger Solarkampagne ..... | 38 |
| 6.1   | Akteursstruktur für eine Solarkampagne.....                                                                             | 38 |
| 6.2   | Ergebnisse der Interviews .....                                                                                         | 43 |
| 6.2.1 | Zentrale Ergebnisse des Interviews mit dem Passivhaus Zentrum in<br>Augsburg.....                                       | 43 |
| 6.2.2 | Zentrale Ergebnisse des Interviews mit dem Bayerischen Landesamt für<br>Umwelt.....                                     | 46 |
| 7     | Bewertung der Akteursstruktur, Erfolgsfaktoren und Hemmnisse von<br>Solarkampagnen.....                                 | 49 |
| 8     | Fazit und Ausblick .....                                                                                                | 54 |
| 9     | Anhang .....                                                                                                            | 56 |
|       | Literaturverzeichnis.....                                                                                               | 66 |