

# #REMforum

10<sup>th</sup> St. Gallen Forum for Management of Renewable Energies  
May 23-24, 2019 – Olma Messen St. Gallen

-> room 2.0, hall 2, ground floor



## Workshop 2 (in German)

### Winning Hearts and Minds through Community Energy



- Alexander **Stauch**, University of St. Gallen (workshop leader)
- Pascal **Vuichard**, University of St. Gallen (workshop leader)
- Melanie **Mettler**, Founder, Sunraising
- Daniel **Moos**, Head Regional Energy Office & Head Energy Projects, City of Frauenfeld
- Marian **Schreier**, Mayor, City of Tengen



#### Gold Partner

Life Is On

Schneider  
Electric

#### Silver Partners

RAIFFEISEN

energieschweiz  
Unser Engagement: unsere Zukunft.

sgsw  
St.Galler Stadtwerke

aspo  
Full of energy

#### Partners

aeeSUISSE  
Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun Svizra

GreenBuzz  
Creating professionals for sustainability

Center for Energy Innovation,  
Governance and Investment (CEI-IGI)  
University of St.Gallen

SCCER CREST

Supported by  
Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun Svizra  
Swiss Confederation  
Innosuisse - Swiss Innovation Agency

#### Media Partners

Bulletin  
Fachzeitschrift von Dechema und VDE  
www.bulletin.de

ENERPEDIA  
Alles über Energie

enerigate  
messenger.ch

neue energie  
new energy

ENERGIE & MANAGEMENT

Umwelt PERSPEKTIVEN

Good Energies Chair for  
Management of Renewable Energies



University of St.Gallen

# Winning Hearts and Minds Through Community Energy

Research Perspective

**Alexander Stauch & Pascal Vuichard**

University of St.Gallen

Olma St.Gallen, 24<sup>th</sup> of May 2019

[alexander.stauch@unisg.ch](mailto:alexander.stauch@unisg.ch)

[pascal.vuichard@unisg.ch](mailto:pascal.vuichard@unisg.ch)

<http://goodenergies.iwoe.unisg.ch>

# Herzlich Willkommen zum Community Energy Workshop!

**Wer arbeitet alles für ein EW oder für die „Stadtwerke“?**

**Wer hat Erfahrung oder Wissen im Bereich Marketing?**

**Wer hatte gestern Abend beim Dinner das Fleischmenü zum Hauptgang?**



# Agenda

## 1. Begrüssung, Kennenlernen und Gruppenbildung

## 2. Community Energy: Research Perspective

## 3. Vortrag Daniel Moos:

Community Energy Frauenfeld – Wie gewinnt man die Köpfe (Minds) der Bevölkerung?

## 4. Vortrag Melanie Mettler:

Community Energy Bern – Wie gewinnt man die Herzen (Hearts) der Bevölkerung?

## 5. Gruppenarbeit:

Bearbeitung einer Fallstudie zum Thema Community Energy

## 6. Präsentation und Diskussion Gruppenarbeit

## 7. Paneldiskussion:

Mit Melanie Mettler, Daniel Moos, Marian Schreier, Alexander Stauch

## 8. Fazit

# Ziele des Workshops

- Community Energy als **Angebot und Marketingkonzept** verstehen
- Kennenlernen von **Best Practice Beispielen**
- Elemente der Umsetzung und **Angebotserstellung** kennenlernen
- **Marketing**, Argumente und die Relevanz von **zielgruppenspezifischer Kommunikation** verstehen
- Bewusstsein für mögliche **Hindernisse** aber auch für **innovative Lösungen** bei der Umsetzung schaffen
- Erlerntes Wissen über Community Energy kann **angewendet** werden (Fallstudien)

# Was ist Community Energy?

"Der Grundgedanke von Community Energy ist, den **Mitglieder einer Gemeinde** (z.B. St.Gallen) die prozedurale und finanzielle Teilnahme/Beteiligung an **lokalen Stromproduktionsanlagen für erneuerbare Energien** zu ermöglichen“



# Community Energy bringt viele Vorteile für Anbieter und Kunden mit sich!

## Kunden

- Beteiligungsmöglichkeit, Einbezug
- Vergütung: intrinsische und extrinsische Formen
- Community Wohlfahrt: Image, mehr erneuerbare Energie

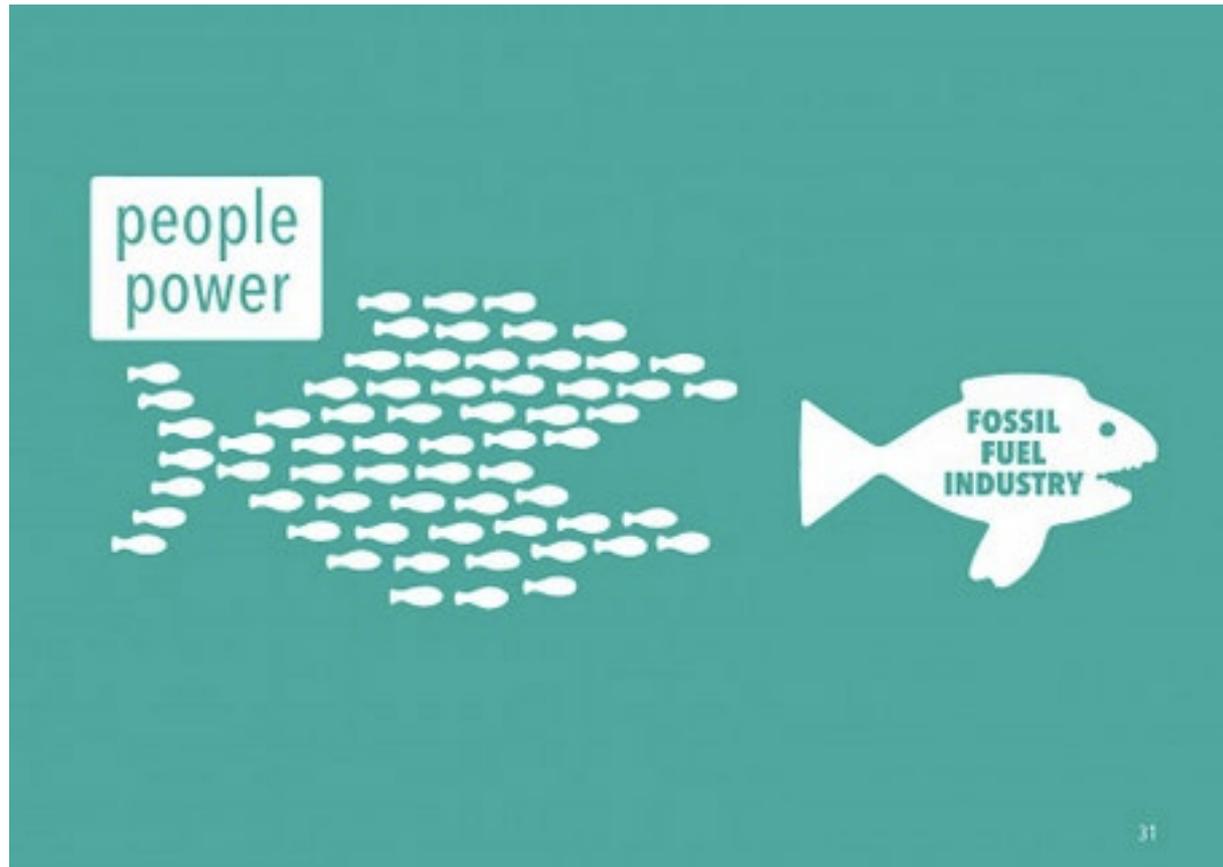


## Anbieter

- Kundenzufriedenheit und Kundenbindung
- Erhöhte Akzeptanz für neue Projekte
- Business Development
- Erfüllung des politischen Auftrags (ES 2050)



# Community Energy bringt viele Vorteile für Anbieter und Kunden mit sich!



# Beispiel Community Wind – Studie

## Sample configuration:

- N=1200, total of 4 groups (1 control group, 3 groups with financial treatment), overall sample as well as specific groups adjusted for age, gender, political party preference and income



## Treatment 1: *Wind Share*

- † 500 CHF per share – maximum amount 10'000
- † Full profit sharing but also bearing of risks
- † Average of 5% dividend

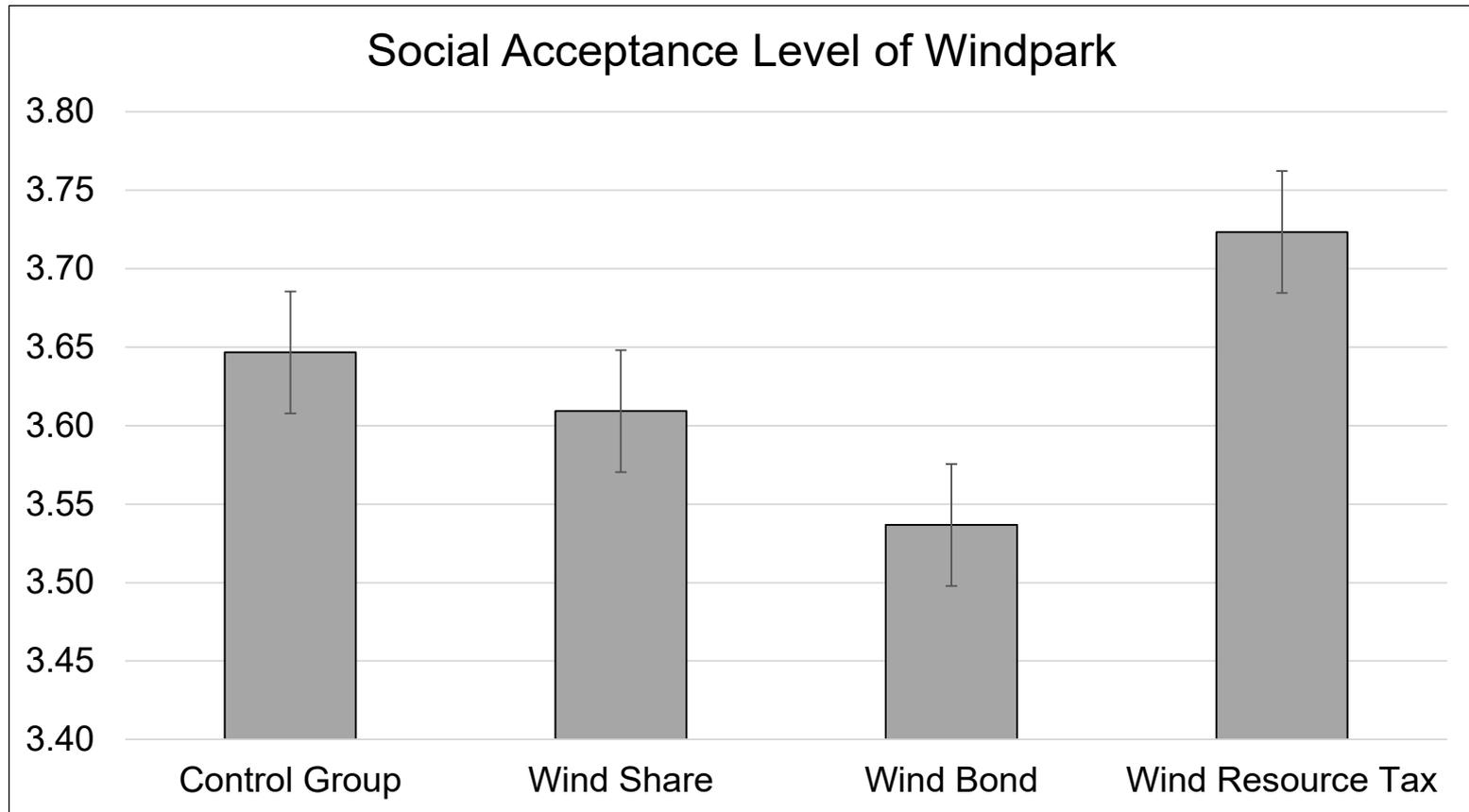
## Treatment 2: *Wind Bond*

- † 500 CHF per share – maximum amount 10'000
- † Low risk and low but guaranteed interest of 2%
- † Bonds are callable at the end of every year

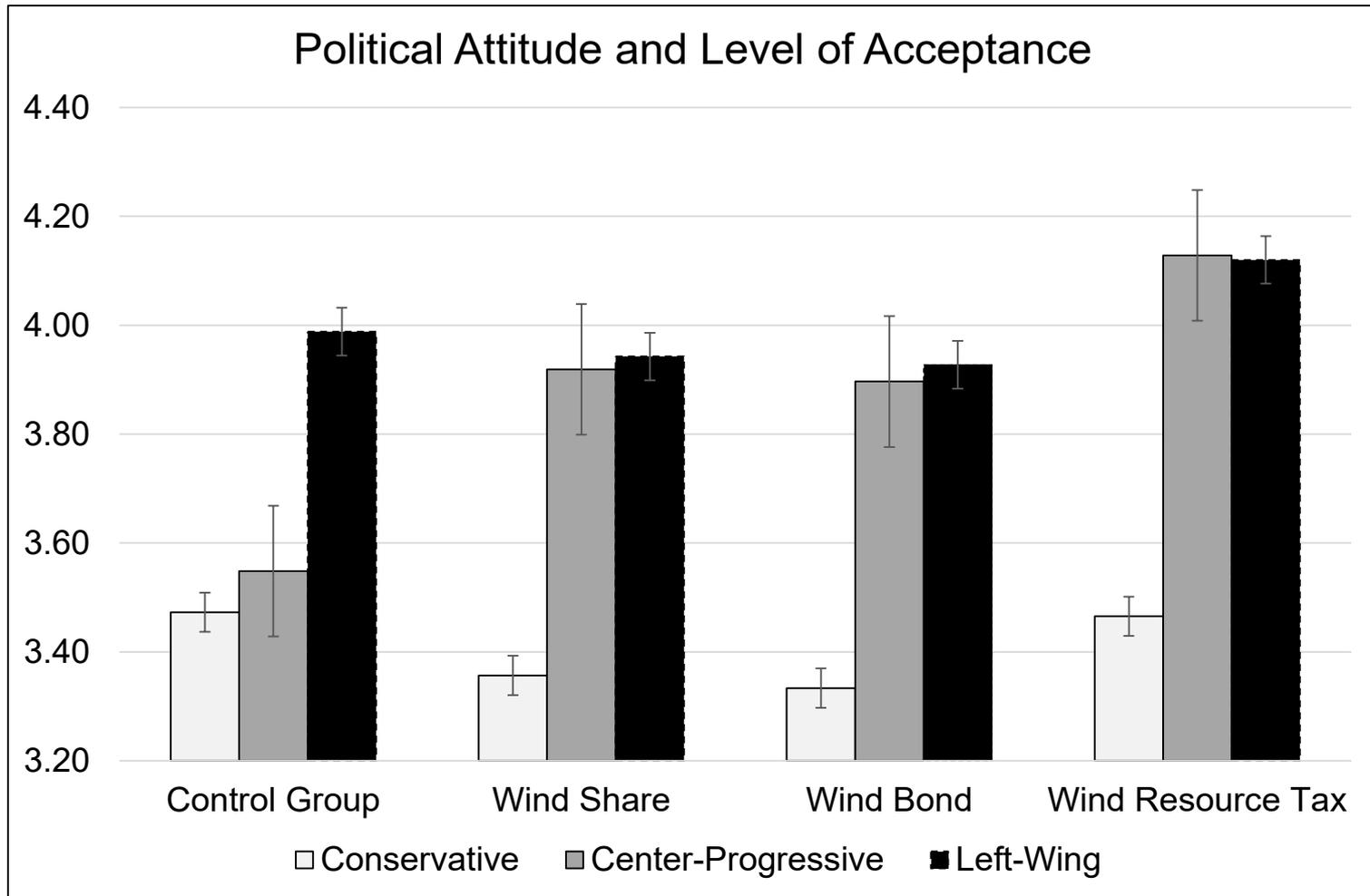
## Treatment 3: *Wind resource tax*

- † Income from wind resource tax transferred to earmarked fund
- † 10'000 CHF per turbine and year
- † Procedure comparable to the practice of the a water resource tax

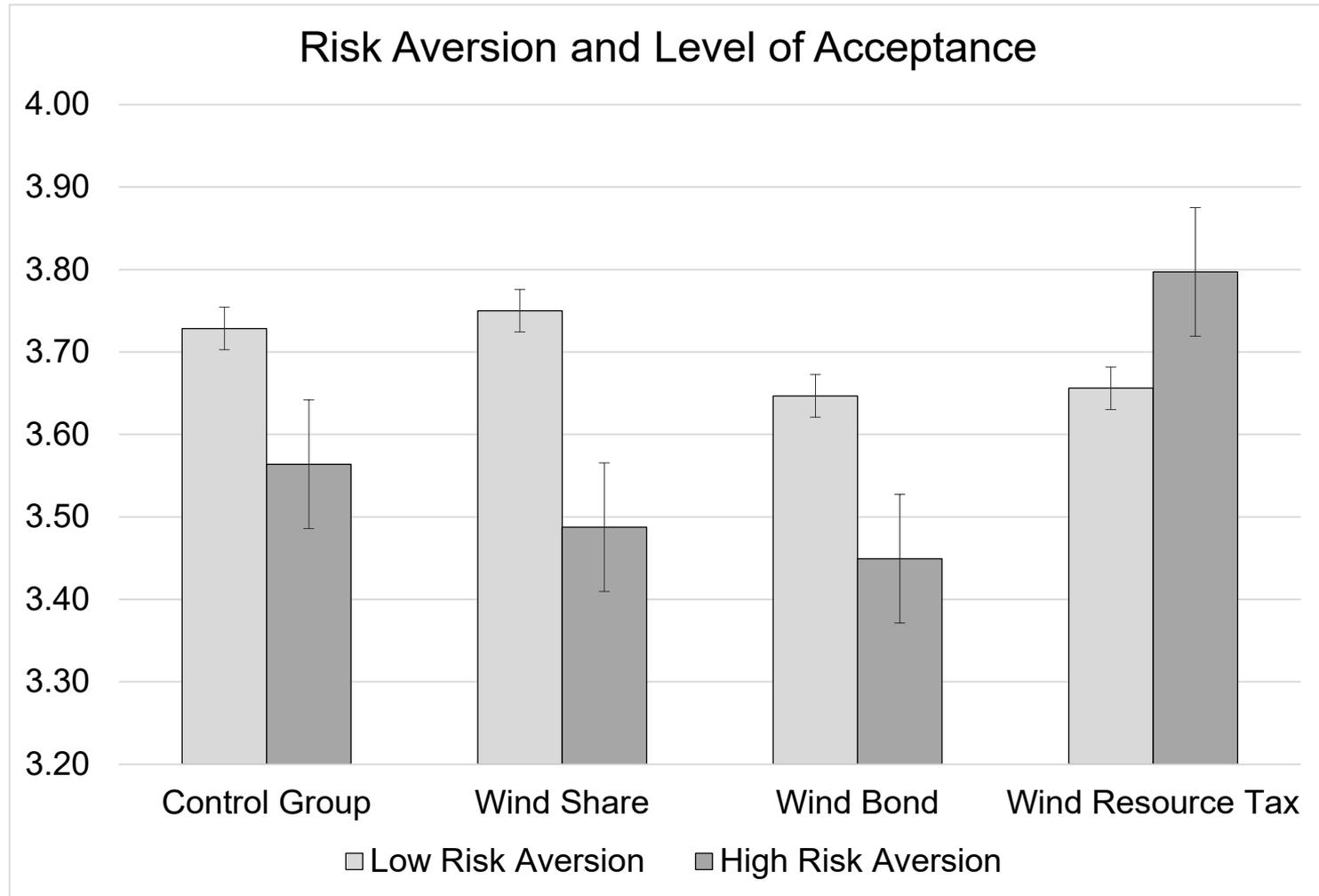
# Beispiel Community Wind



# Beispiel Community Wind



# Beispiel Community Wind



# Beispiel Community Solar

1 Solarpanel von  
Frau Schneider

2 Solarpanels von  
Familie Müller

499 CHF  
pro Panel

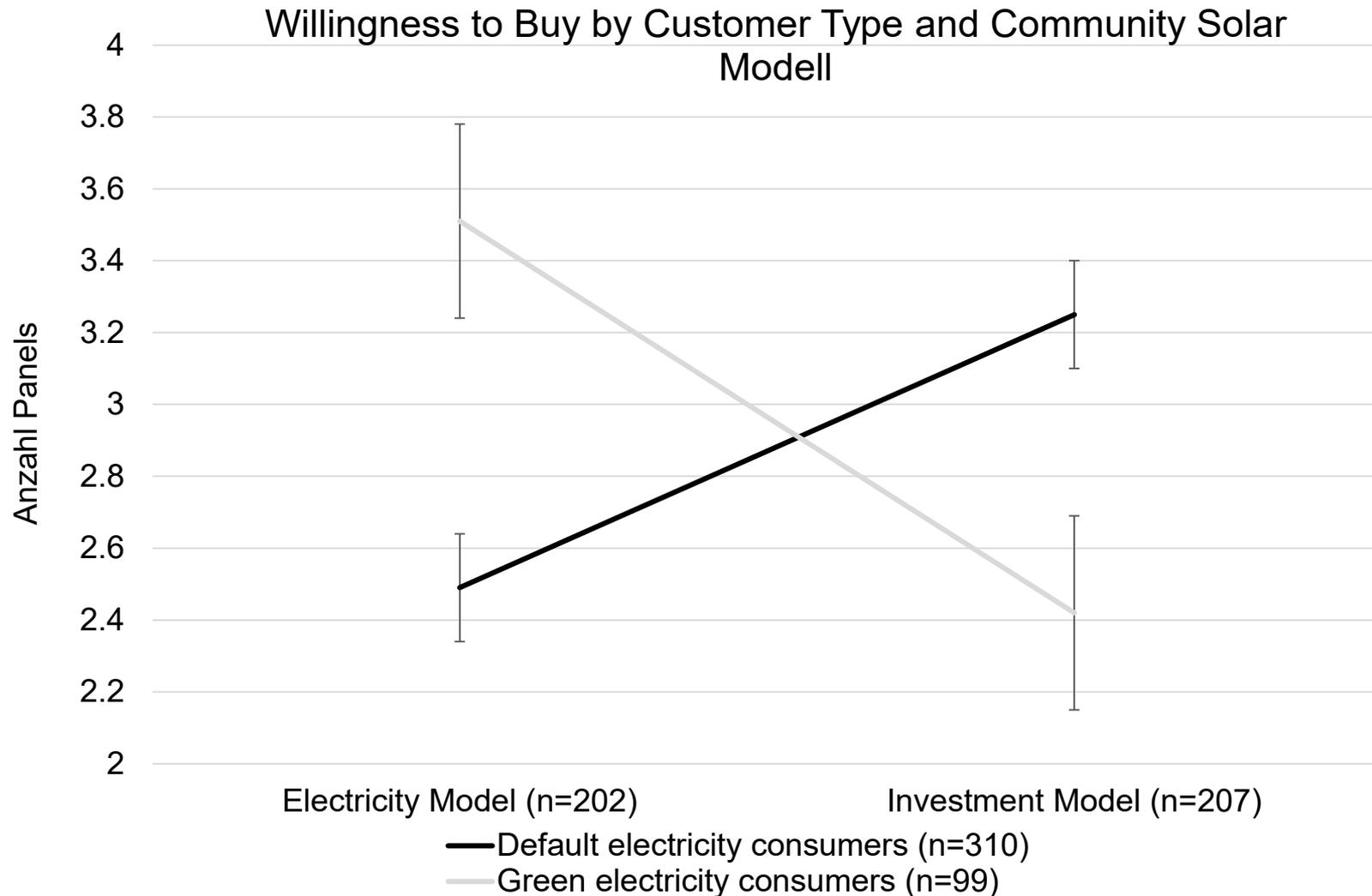
Ihr zukünftiges  
Solarpanel?

3 Solarpanels  
von Herr Meier



	SOLARSTROM-MODELL	INVESTITIONS-MODELL
VERGÜTUNG	Solarstrom (220 kWh pro Panel und Jahr)	Geld (40 CHF pro Panel und Jahr)
ILLUSTRATION IM ANGEBOT	"Sie erhalten jährlich 200 kWh Solarstrom pro Einheit, was etwa 10% des Stromverbrauchs eines durchschnittlichen Haushalts deckt"	"Ihre Solaranlage produziert 200 kWh Solarstrom pro Jahr, der durch eine Rendite von 2% auf Ihr Bankkonto / durch eine Reduzierung Ihrer jährlichen Stromrechnung um 40 Euro kompensiert wird"

# Beispiel Community Solar - Studie I

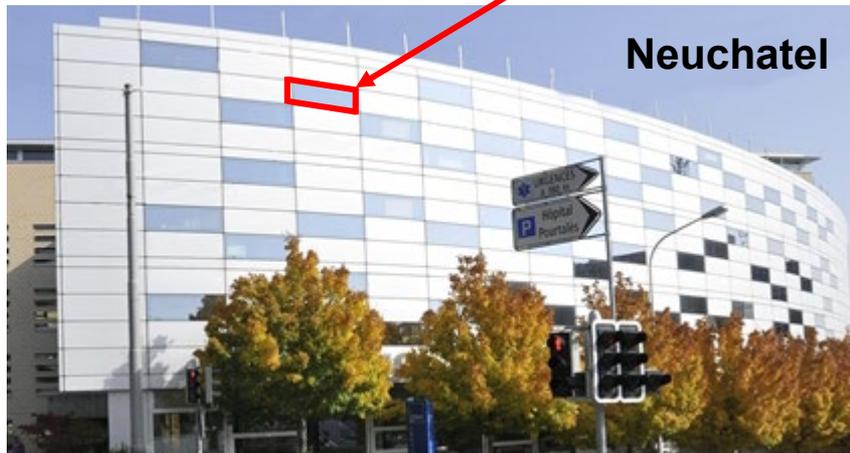


# Innovative Community Solar Formen: Ein Beispiel mit «Building-Integrated PV Moduls»

3 Beispiele aus der Schweiz für eine Fassade mit BIPV Modulen



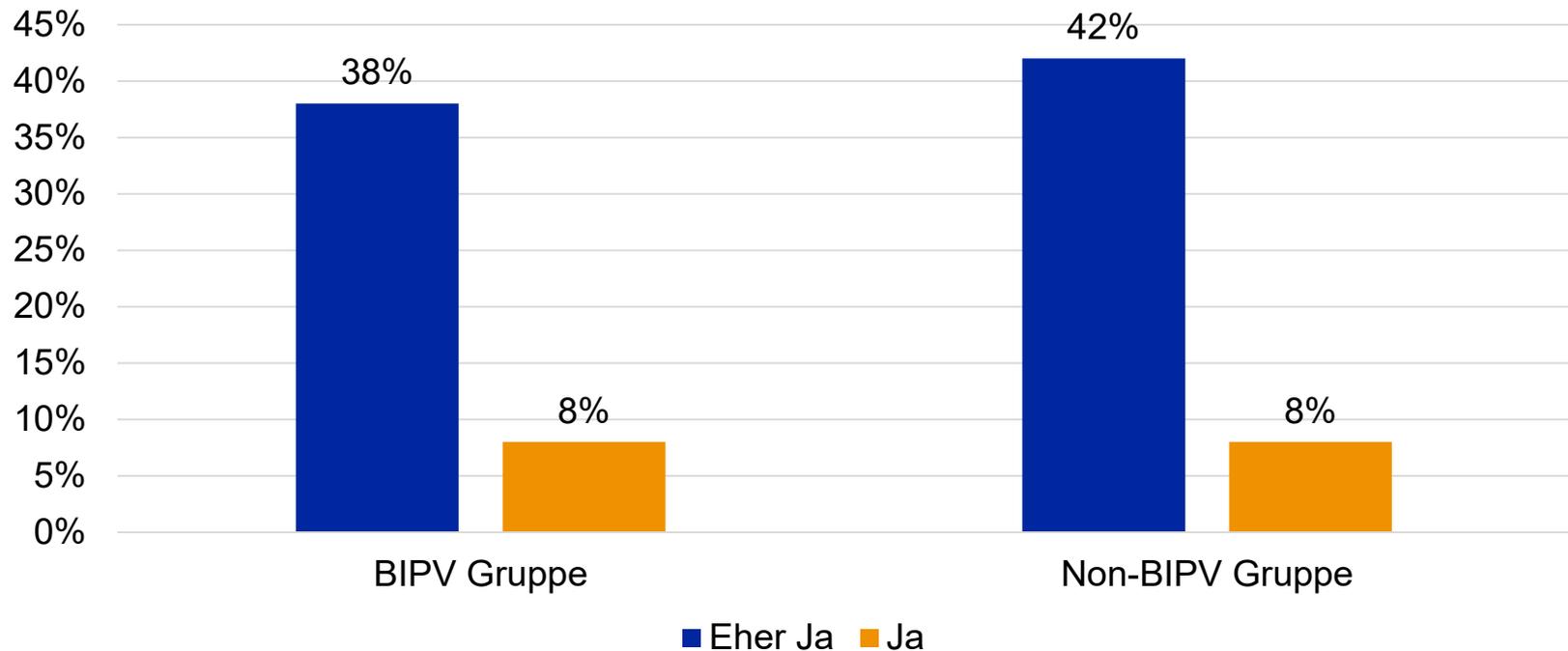
BIPV  
Module



Good Energies Chair for  
Management of Renewable Energies

# Auch «Building-Integrated PV Moduls» kommen bei Kunden gut an – Studie II

## Kaufbereitschaft für ein oder mehrere Module



Gruppe BIPV: n = 210; Gruppe Non-BIPV: n = 209

# Falls Sie in Ihrer Gemeinde keine verfügbaren Dächer oder Gebäude finden,.....



**... Finden Sie ja vielleicht einen grossen Parkplatz der sich über ein (neues) Dach freuen würde!**

# Best Practice Beispiele von Community Solar

## Zürich



### Informationen.



### Zürich, die Vorreiterstadt.

ewz liefert ausschliesslich erneuerbare Energie. Trotzdem ist Strom auch jetzt und in Zukunft nicht

...sönlich.  
...iner Solaranlage in  
Weg, um sich für  
Stromgewinnung

**Start:** 2014

**Anzahl Kunden:** über 2'500 Haushalte

**Anzahl verkaufter Panels:** ca. 7'500

**Hauptargument:** Umwelt und Stadt-Image

## Wien

Saubere Energie für alle. Machen Sie mit.

Seit 2012 setzt Wien Energie beim Photovoltaikausbau auf Bürgerbeteiligung. Die Nachfrage ist so groß, dass bisher 25 BürgerInnen-Solarkraftwerke gebaut wurden. 5.500 Personen haben sich bisher an diesen Projekten beteiligt und dafür über 20 Millionen Euro investiert (Stand Juli 2015).

Wien Energie errichtet, plant und betreibt die Anlagen. Sie können sich beteiligen, profitieren von einer attraktiven Vergütung und fördern den Ausbau erneuerbarer Energien.



BürgerInnen-Kraftwerke in Wien und Niederösterreich werden mittels **Sale-and-Lease Back** oder dem **Gutschein-Modell** umgesetzt. Die Standorte befinden sich unter anderem in **Donaustadt, Leopoldau, Simmering, Liesing, Wien Mitte, Hietzing, Bisamberg, Oberwaltersdorf** etc.

Zwei Modelle stehen zur Verfügung

- **Sale-and-Lease Back:** die Vergütung erhalten Sie direkt auf Ihr Bankkonto
- **Einkaufsgutscheine:** Sie erhalten jährlich Einkaufsgutscheine als Vergütung

**Start:** 2012

**Anzahl Kunden:** ca. 5'500 Personen (2015)

**Anzahl verkaufter Panels:** ca. 22'000

**Hauptargument:** Vergütung und Umwelt

**Seit 2015:** Auch Windbeteiligungsangebote

# Zentrale Elemente für die Umsetzung

- **Projektname**
- **Teilnahme Mechanismus (nur finanziell vs. prozedural)**
- **Verkaufsgegenstand und Preis**
- **Vergütungsmechanismus und Dauer**
- **Fine Tuning: Kündigungsoptionen, Übertragbarkeit, Zusatzleistungen**
- **Marketing: Zielgruppen, Kommunikationsinhalt**

# Fazit: Wie gewinnt man die Köpfe?

## Mit logischen Argumenten!

- **Politische Ziele** werden erreicht
- **Finanziell profitieren** alle davon: Die Gemeinde, die Kunden und der Anbieter
- Nachhaltige Energien stehen immer zur Verfügung, somit **zukunftsorientiert** und keine **Auslandabhängigkeit**
- Gemeinsames Arbeiten an einer zukunftsfähigen sowie ökologisch und ökonomisch nachhaltigen Energieversorgung
- Betonung des **Strom-Mix**: diversifizierte erneuerbare Quellen in Kombination mit Speichern gleichen Schwankungen aus

# Fazit: Wie gewinnt man die Herzen?

## Mit positiven Emotionen!

- Community/Gemeinde wird zum **Vorbild**
- Die Gemeinde geht als **Gemeinschaft** voraus, jeder kann mitmachen!
- Ein persönlicher Beitrag zum **Umweltschutz** und zur **Nachhaltigkeit**
- Emotionaler Mehrwert durch **den Besitz eines eigenen Solarpanels**
- Weniger Energieimport aus dem Ausland, Gemeinde wird **unabhängiger**
- Schaffung von **lokalen Arbeitsplätzen**, Stärkung der Region



# Vielen Dank für die Aufmerksamkeit!



## Fragerunde



SOUTH HILL  
COMMUNITY  
ENERGY



Ynni  
Cymunedol Cymru  
Community Energy  
Wales





# Gruppenarbeit: Fallbeispiele



# Gruppenarbeit: Fallbeispiele

**Task:** Bearbeitung einer Fallstudie mit einer Aufgabenstellung

**Material:** Flipchart, Post-it Zettel, Stifte, eigener Laptop (falls PowerPoint)

**Bearbeitungszeit:** Rund 25 bis 30 Minuten (bis ca. 14:55 Uhr)

**Präsentation der erarbeiteten Konzepte:** pro Gruppe ca. 3-4 Minuten  
Präsentation, dann ca. 3 Minuten Feedback und Diskussion

**Wichtig:** Team-Work und Kreativität 😊

# Key Take-Aways

- Verschiedene Kundengruppen erfordern **unterschiedliche Kommunikationsstrategien**
- Umwelt- und „**Standort/Regional**“ **Marketing** sind zentral
- **Transparenz** und **Glaubwürdigkeit** bei der Umsetzung
- Web-Auftritt, **Erklärungen** zum Projekt (Funktion, Q&A, Video, Info-Sheets, etc.), regionale Werbeträger und **Visualisierungen** sind tragende Erfolgsfaktoren
- Widerstands-Management: gezieltes „**Bekehren**“ von Gegnern durch emotionale (Hearts) und logische (Minds) Argumente
- Die **Zusammenarbeit** zwischen EW, Stadt und ggf. von Drittparteien mit Dächern ist ebenso von zentraler Bedeutung und erfordert gute **Führung**, eine klare **Rollenverteilung** sowie frühzeitige Planung
- ... Weitere (Siehe Flip-Chart)?

# Vielen Dank für Ihr Interesse, das aktive Mitmachen und die gelungenen Beiträge!

**Important Note:** all presentations of today (including this Workshop) will be available on the webpage [www.REMforum.ch](http://www.REMforum.ch) in a password-protected area for forum participants only

## What's next?

<b>15.30-16.00</b>	<b>Kaffee Pause (Empfangshalle)</b>
<b>16.00-16.50</b>	<b>Panel Diskussion: Imagining the World 10 Years from Now</b>
<b>16.50-17.00</b>	<b>Schlusswort</b>
<b>17.00</b>	<b>Apéro Riche (Empfangshalle)</b>