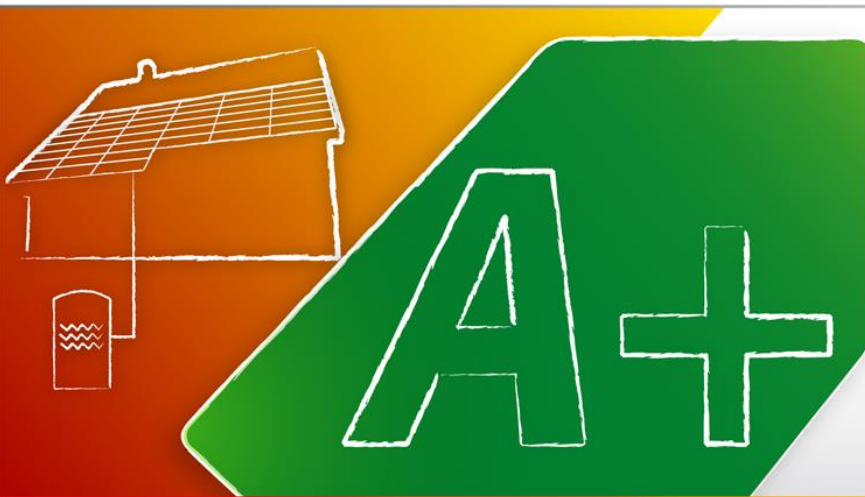




This project has received funding from the European Union's Horizon 2020 research and innovation programme under grant agreement No 649905



**Kommunikations- und
Verbreitungsplan (D5.4)**

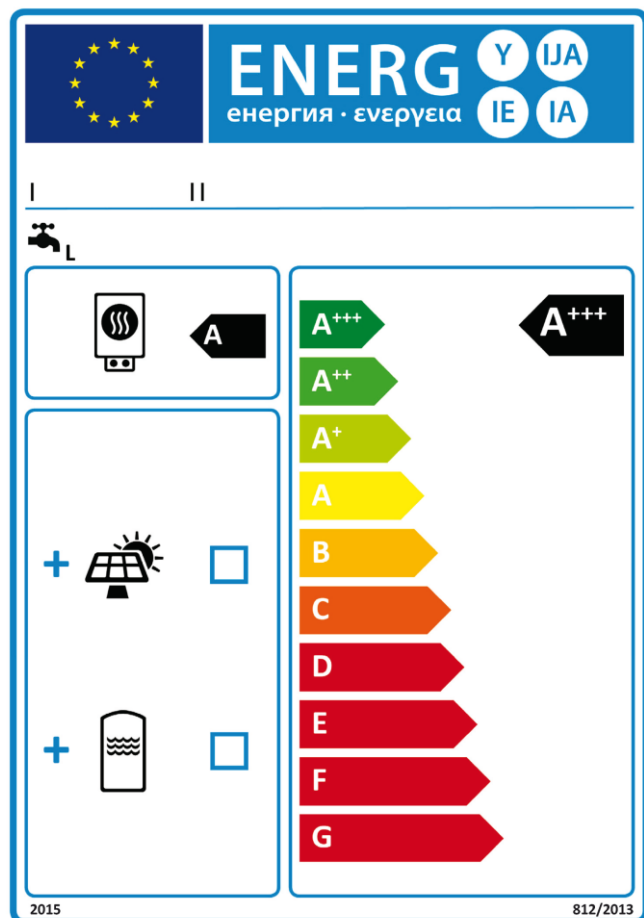
Deutschland



This project has received funding from the European Union's Horizon 2020 research and innovation programme under grant agreement No 649905

LABEL PACK A+

Nationaler Kommunikations- und Verbreitungsplan Plan (D5.4)



Date, 27.10. 2015

Deliverable 5.4

Work Package leader: BSW-Solar

Authors: Jan Knaack



This project has received funding from the European Union's Horizon 2020 research and innovation programme under grant agreement No 649905



LABEL PACK A+

Nationaler Kommunikationsplan für Deutschland

Inhalt

English Summary	4
Zusammenfassung	5
Zielgruppen	5
Kommunikationswege	7
Endkunden	7
Handwerker und Installateure	8
Multiplikatoren / Energieberater etc.	10
Handels- und Handwerkskammern	10
Kommunale Einrichtungen und öffentliche Institutionen	10
Endverbraucher oder Verbraucherschutzorganisationen	11
Budget	13
Monitoring der Kommunikationsarbeit	13



English Summary

The information in Germany will mainly focus on installers and end consumers. For both groups crafted offers will be delivered and aim at their requirements.

The main vehicle of communication will be the installer. He will receive materials for the end consumer and provide information. The web site www.labelpackplus.eu/Deutschland also contains material for the end consumer but this group is not the main focus of the activities of the website since it requires special interest in the topic. In addition, it has to be mentioned that installers will receive special attention from a variety of different campaigns, most notably the website www.heizungslabel.de, also supported by BSW-Solar as well as different other actors as the platform for Germany for calculation and issuing of the label. Labelpack A+ will therefore support such campaigns to win the installer for the label and to facilitate him to use it as additional marketing instrument.

The consumer himself will be tackled via marketing campaigns such as “Mit Solarwärme immer im Plus” of a number of different actors in the field aiming at increasing demand for solar thermal and renewables. Consumer protection agencies have positioned themselves as sceptical in reference to the label in Germany, therefore this channel cannot be used to inform the consumers.

Other groups, such as planners have not yet decided upon their interest and awareness of the topic and thus it remains to be seen, if information is relevant and needed for this group.

Other groups, such as municipalities are not yet of interest, nevertheless the control agencies and institutions are to be closely involved at national and regional level in the project.



Zusammenfassung

Die Aktivitäten in Deutschland zielen vor allem auf die Einbindung von Handwerkern und Installateuren ab sowie eine deutliche Stärkung des Bekanntheitsgrades beim Endkunden. Hierzu werden neben der Webseite www.labelpackplus.eu und dem nationalen Pendant www.label-pack-a-plus.eu/deutschland insbesondere die Webseite www.heizunglabel.de beworben, auf der sich die für Deutschland favorisierte Berechnungssoftware für Handwerker befindet und das auch von großen Teilen der Branche favorisiert wird. Insofern werden viele Kommunikationsaktivitäten auf die Plattform abgestimmt und das Projekt in diesem Rahmen platziert.

Spezifische Kommunikationsangebote wie Flyer sollen zur Aufklärung des Endkunden angeboten werden wobei zweigleisig gefahren wird. Neben einem eigenen Flyer im Projekt wird eine gemeinsame Informationskampagne „Mit Solarthermie immer im Plus“ durchgeführt, bei der insbesondere Fokus auf das Label gelegt wird und dieses den potentiellen Nutzer

Zielgruppen

Die Kommunikation auf deutscher Ebene zielt darauf ab, Zielgruppen zu involvieren, die bisher noch unzureichend über das Energielabel informiert sind. Darüber hinaus soll die Breitenwirkung existierender Aktivitäten verstärkt werden und solche Maßnahmen ermöglicht werden, die ohne eine Unterstützung im Rahmen des Projekts nicht möglich wären. Folgende Zielgruppen sollen zu unterschiedlichen Zeitpunkten einbezogen werden.

- Experten, die dazu beitragen die Informationen zum Label und die Umsetzung von Datenbanken (weiter zu-) entwickeln und durch Ihr Fachwissen Impulse für die weitere Labelgestaltung geben können.
- Installateure von Solarthermiesystemen und erfahrene Vermittler, sowie grundsätzlich Installateure von Heizungssystemen, die nicht regelmäßig Solarthermieprodukte verwenden aber Informationsbedarf haben.
- Multiplikatoren, Energieberater die zu Hersteller, Distributoren oder Kontakte zu Endkunden haben.
- Handels- und Handwerkskammern, die mit Firmen kooperativeren oder diese involvieren, sofern diese im Wärmemarkt tätig sind und Interesse an der Nutzung der Information oder der über LabelPack A+ bereitgestellten technischen Möglichkeiten haben könnten.
- Kommunale Einrichtungen und öffentliche Institutionen, die über Energieangelegenheiten informieren.
- Repräsentanten der Medien.
- Verbände und Akteure der Heizungsindustrie oder Energieeffizienz sowie des Baugewerbes die ebenfalls betroffen sein oder ein grundlegendes Interesse daran haben könnten.
- Endverbraucher oder Verbraucherschutzorganisationen, die die Endkonsumenten über die Relevanz und Bedeutung des neuen Labels informieren.



This project has received funding from the European Union's Horizon 2020 research and innovation programme under grant agreement No 649905

In Deutschland wurden die folgenden Zielgruppen ermittelt:

	Experten	Multiplikatoren, sonstige Organisationen, Energieberater,	Multiplikatoren aus den Fachmedien	Multiplikatoren, Messe, Events
DE	Solar Themie- Arbeitsgrup- pen des BSW-Solar, DSTTP	ZVSHK ZdH VdZ Verbraucher- zentralen IHK DGS BDH DENA BEA BWP Vbl	Sonne Wind Wärme SHK SBZ Solarpraxis Photon Weitere Heizungsjournale Sonstige Journale rund um Bauen, Architektur	ISH Intersolar OTTI Symposium E-world energy & water Hannover Messe RENEXPO Berliner Energietage Forum Solarpraxis Intern. Handwerkmesse München EU PVSEC Woche der Sonne
	Firmen	Installateure	Endverbraucher	Andere
	Mitgliedsfi- rmen des BSW- Solar, BDH und VDZ, DGS, DG Haustechn ik	Mitglieder des ZVSHK sowie regionale Abordnung von Handwerksorganisa- tionen	Verbraucherzentrale Bundesverband, Verbraucher-zentralen in den Bundesländern	Weitere BSW-Arbeitsgruppen Testlabors / Zertifizierungsstellen Schulungseinrichtungen



This project has received funding from the European Union's Horizon 2020 research and innovation programme under grant agreement No 649905

Kommunikationswege

Je nach Zielgruppe gilt es unterschiedliche Kommunikationswege zu nutzen, wobei hier gilt, je breiter das Zielpublikum, desto weniger technisch und unspezifischer werden Informationen rund um das Energylabel bereitgestellt werden müssen.

Insofern muss die Kommunikation abgestimmt mit unterschiedlichen Akteuren erfolgen, die Ihre eigenen Kenntnisse und Wege einbringen können und Inhalte und Material durch das Projekt zur Verfügung gestellt bekommen.

Endkunden

Endkunden lassen sich am ehesten erreichen über

- Allgemeine Pressemitteilungen
- Webseiten
- Flyer
- Werbekampagne
- und allgemeine Informationsangebote

Reichweite

Um die Reichweite zu erhöhen, soll hier nach Möglichkeit mit den relevanten Akteuren des Sektors kooperiert werden.

Umsetzung in Deutschland

Pressemitteilungen zu relevanten Zeitpunkten sollen europaweit oder bei gewissen Events platziert werden. Der geeignete Zeitpunkt ist in diesem Fall die Einführung des Labels und sowie Informationsereignisse rund um das Label zu betrachten.

Webseite

Da in Deutschland nach anfänglichem Dialog sich eine kritisch-distanzierte bis ablehnende Haltung vieler Verbraucherzentralen abzeichnet, müssen hier andere Wege beschritten werden. Speziell wird darauf gesetzt, dass Informationsangebote über die Webseite <http://www.label-pack-a-plus.eu/deutschland/> und die deutsche Unterdomain sowie die Webseiten www.intelligent-heizen.de des VdZ (Spitzenverband der Gebäudetechnik) erreicht werden und als eine Basisanlaufstelle für die Endkundenkommunikation genutzt werden.

Flyer

Ein Flyer, der den Endkunden über das Label, die Vorteile aber auch die Begrenzung der Aussage informieren soll, wird im Rahmen der Gesamtkoordination abgestimmt und marktadäquat



This project has received funding from the European Union's Horizon 2020 research and innovation programme under grant agreement No 649905

angefertigt. Die Verbreitungswege laufen über die Webseite sowie über Handwerkerorganisationen und Handwerker selbst, die diese Flyer dem Endkunden beim Informationsgespräch übergeben können.

Werbekampagnen

Da die Heizungstechnik und insbesondere die Solarthermie vielen Endkunden wenig bewusst bzw. unbekannt ist, sollen LabelPack A+-Mittel und Aktivitäten auch umfassende werbewirksame Aktivitäten unterstützen und begleiten. Die Kampagne „Mit Solarthermie immer im Plus“ zielt genau darauf ab, die Vorteile des Labelings auszuleuchten und soll den Markt für Solarthermie wieder stimulieren sowie die Aufmerksamkeit auf energieeffiziente Heizungslösungen lenken. Die inhaltliche und finanzielle Beteiligung ist aus Projektmitteln vorgesehen und soll ab 2016 wirksam werden. Das Konzept wird derzeit mit dem Schwesterverband und Werbeagenturen erarbeitet.

Handwerker und Installateure

Handwerker und Installateure sollen primär erreicht werden über

- Webseiten www.heizunglabel.de und <http://www.label-pack-a-plus.eu/deutschland/>
- Flyer
- Pressemitteilungen in der Fachpresse sowie überregionalen Fachpresse
- Informationsveranstaltungen bei Multiplikatoren
- Seminar- und Webinar -Angebote und -Inhalte

Webseiten

Webseiten www.heizunglabel.de und <http://www.label-pack-a-plus.eu/deutschland/> bieten ein umfangreiches Informationsangebot rund um grundlegende Fragen zum Label sowie FAQs. Für Deutschland wichtig und relevant ist insbesondere www.heizunglabel.de, die Plattform die auch das Berechnungstool für Deutschland umfasst, die auch vom BSW-Solar unterstützt und ko-finanziert wird. Beide Plattformen werden nach und nach ausgebaut und um neue Angebote ergänzt, so dass Handwerker und vor allem auch Unterstützer auf Material zurückgreifen können, das hier für Schulungs- und Informationszwecke angeboten wird.

Flyer

Im Zuge der Information der Zielgruppe wurde zum 01. September 2015 eine Flyer-/Posterkampagne „Alles bleibt – Aber besser“ zur Erstellung eines Flyers und eines Plakats zusammen mit anderen Akteuren (VdZ, ZVSHK, DG Haustechnik, Firmen etc.) unterstützt. Diese Plakate sollen vorwiegend bei Großhändler, bei denen die Handwerker Ihre Ware abholen, aufgehängt werden. Der dazugehörige Flyer soll ebenfalls kurz über die Plattform www.heizunglabel.de informieren. Insgesamt sollen 1500 Großhändler über den Deutschen Großhandelsverband Haustechnik „DG-Haustechnik e.V.“ beliefert



This project has received funding from the European Union's Horizon 2020 research and innovation programme under grant agreement No 649905

werden. Hierfür sind Pakete mit jeweils 5 Postern (DINA 5) sowie kleinen Aufstellern mit 100 Flyern vorhanden.

Ziel der Kampagne ist es, die Handwerker auf die Webseite www.heizungsetiket.de aufmerksam zu machen und die absatzfördernden Aspekte des Labels voranzustellen. Die Kampagne läuft gut und die Poster und Flyer erfreuen sich reger Nachfrage. Abrufbar sind die Informationen unter http://www.heizungsetiket.de/infos_fuer_Handwerker.

Die Kampagne soll bis Ende 2016 laufen. Auf Grund der großen Reichweite und der kooperierenden Partner bot sich die Beteiligung an, auch wenn es nur teilweise gelungen ist LPA+ und das Projekt auf dem Flyer zu platzieren.



Poster



Flyer und Aufstellbox

Pressemitteilungen in der Fachpresse sowie überregionalen Fachpresse

Im Zuge der Veröffentlichung der Flyer/Posterkampagne „Alles bleibt – Aber besser“ wurde seitens des VdZ e.V. eine Pressemitteilung, lanciert für die Fachpresse, die auf das neue Energieeffizienzlabel verwies und Kampagne und Webseite bekannter macht. Da dies das wichtigste Tool darstellt, ist von



einer Bewerbung der Inhalte der Internetseite abgesehen worden, da diese im Wesentlichen auf das Brechnungstool verweist.

(Fach-) Pressemitteilungen wurden zur Einführung des Labels am 25. September 2015 geschaltet. Weitere Pressemitteilungen für die Handwerker und Installateure sollen folgen, wenn die Trainingseinheiten beginnen, voraussichtlich ab Ende November / Dezember 2015, Anfang 2016, wenn eine erste Evaluation erfolgt ist und der Trainingsbedarf klarer zu Tage tritt.

Multiplikatoren / Energieberater etc.

Erste Kontakte mit Energieberatern im Juni / Juli 2015 ergab, dass seitens der Verbände VbI, DBEB und DEnA kein Handlungsbedarf gesehen wurde, da die Energieeffizienzkennzeichnung von Heizsystemen als Bereich bezeichnet wurde, der nicht von Beratungsrelevanz erscheint. Mittlerweile ist das Interesse gestiegen und Beratungsbedarf wurde identifiziert. Es werden voraussichtlich keine eigenen Angebote für diese Gruppe gemacht werden, sondern der Informations-, Schulungs- und Beratungsbedarf wird in die auszurichtenden Seminare ab Anfang 2016 integriert. Bis dahin besteht die Möglichkeit Angebote der Webseite www.labelpackplus.eu sowie der nationalen Unterseite zu nutzen.

Handels- und Handwerkskammern

Im Rahmen der Auftaktveranstaltung zur Gründung einer nationalen Plattform wurde an den BSW-Solar herangetragen, einzelne Schulungsangebote mit Handwerkskammern durchzuführen. Dieses Angebot wird aufgegriffen werden und Handels- und Handwerkskammern über die Schulungsaktivitäten des BSW-Solar im Rahmen des LabelpackA+ gezielt informiert. Darüber hinaus haben diese Akteure die Möglichkeit, gezielt Vorschläge für Schulungsangebote zu unterbreiten auf die auch eingegangen wird, sofern sich diese mit den Projektzielen decken.

Über den wachsenden Emailverteiler werden diese Akteure künftig auf dem Laufenden gehalten.

Kommunale Einrichtungen und öffentliche Institutionen

Kommunale Einrichtungen und öffentliche Institutionen werden über die einschlägigen Pressemitteilungen informiert. Bisher gibt es noch keine spezifischen Informationen für kommunale Einrichtungen. Ein Beratungsbedarf ist hier auch noch nicht identifiziert.

Der Kontakt zu den Kontroll- und Überwachungsorganen auf nationaler und lokaler Ebene wird gesucht, denn diese werden maßgeblich für die Durchsetzung der korrekten Labelvergabe und Kontrolle benötigt. Diese können an Schulungen und Informationsangeboten teilhaben und wurden in die Gründung der nationalen Akteursplattform einbezogen. Seither findet vereinzelt Austausch statt. Schulungsbedarf ist notwendig und erscheint relevant. Insofern werden diese Akteure über den BSW-Solar Emailverteiler regelmäßig informiert.



Endverbraucher oder Verbraucherschutzorganisationen

Endverbraucher oder Verbraucherschutzorganisationen wurden in die Gründung einer nationalen Akteurs-Plattform einbezogen. Allerdings stehen diese in Deutschland dem Label sehr kritisch gegenüber. Insofern werden diese über Projektaktivitäten informiert. Eine Kooperation und gemeinsame Aktivitäten waren bisher allerdings auf die Zusammenkunft im Rahmen der Gründung der nationalen Akteurs-Plattform beschränkt. Auf Grund dieser Ablehnung ist nicht zu erwarten, dass hier zeitnah Impulse für gemeinsame Aktivitäten ausgehen.

Folgende Kommunikationskanäle sollen bespielt werden:

Experten	Multiplikatoren Organisationen, Energieberater	Multiplikatoren Media	Multiplikatoren Fairs, Events
Meetings	Mailing Flyer	Mailing Pressemitteilung Hintergrundgespräche Interviews	Flyer Hintergrundgespräche Workshops Vorträge

Firmen	Installateure	Endkonsumenten	Andere
Mailing Software Newsletter	Mailing Software Hardware Flyer	Pressemitteilung Website, Flyer	Mailing

Wichtige Kommunikationsevents sind folgende:

Kommunikations-event ("news")	Datum	Inhalte	Format
National kick off	26 Sept 2015	National Websites (D5.5., 7) Online web platform (D2.2., 8) inkl. Handbuch Event calendar	Pressemitteilung Newsletter



Kommunikations-event ("news")	Datum	Inhalte	Format
Unterstützungsleistungen vorhanden / Schulungen werden angeboten	Ende Jan. 2016	National Help Desks funktional (D3.3., 10) Nationale Trainingsaktivitäten und Information material (D3.5., 11) Event calendar	Pressemitteilung Newsletter
Nationale Lernprozesse	Ende März 2017	Report zu nationaler Umsetzung (D3.8., 25)	Pressemitteilung Newsletter

Folgende Events sollen für die Aktivitäten zu LPA genutzt werden:

	2015	2016	2017	2018
DE	March: ISH May: ST-Otti-Symposium June: Intersolar Europe Ondere: ZVSHK - Versammlungen Intl: SHC Conference Istanbul	Feb: Internationale Handwerkermesse Munich April: E-world energy & water April: Berliner Energietage May: ST-Otti-Symposium June: Intersolar Europe June: Woche der Sonne October: RENEXPO Other: ZVSHK Mitgliederversammlung	Feb: Internationale Handwerkermesse March: ISH April: E-world energy & water April: Berliner Energietage May: ST-Otti-Symposium June: Intersolar Europe June: Woche der Sonne October: RENEXPO Other: ZVSHK Mitgliederversammlung	Feb: Internationale Handwerkermesse May: ST-Otti-Symposium June: Intersolar Europe

Materialien

Folgende Materialien werden im Rahmen des Projekts erstellt

Webseite: www.labelpackplus.eu/deutschland mit Informationen rund um das Labeling und das Projekt.

Broschüren und Flyer:

- Handwerkerflyer und Poster



This project has received funding from the European Union's Horizon 2020 research and innovation programme under grant agreement No 649905

- Endkundenflyer für Verteilung und Download, in Abstimmung mit den anderen Partnern.
- Werbeflyer für die Information über das Label mit anderen Partnern

Für Training und Öffentlichkeit bei Events soll darüber hinaus noch:

1. Projektflyer mit grundlegenden Informationen zum Projekt und zum Labeling erstellt werden
2. Roll-up für Veranstaltungen

Budget

Im Budget sind vorgesehen:

- 5000 € für die Beteiligung an der Installateurskampagne VdZ – Reichweite bis zu 150000
- 2000 € für den Endkundenflyer in LPA-Design
- 3000 € für die Beteiligung an der Endkundenkampagne „Mit Solarthermie immer im Plus“
- 2000 € für die Beteiligung an der Webseitenerstellung EU / DE

Weitere Gelder sind im Augenblick noch nicht verplant, werden aber für Broschüren und Materialien eingesetzt werden können.

Monitoring der Kommunikationsarbeit

In enger Abstimmung mit dem VdZ wird die Nutzung der Plattform HEIZUNGSLABEL evaluiert.

Darüber hinaus wird die Webseite regelmäßig ausgelesen werden um die Nutzerzahlen zu eruieren.

Presse und Öffentlichkeitsarbeit wird dokumentiert und Veröffentlichungen über spezialisiert Mediendienste sollen nachgehalten werden.