

23.07.2018 &gt;&gt; plümer)communications

# Solarwirtschaft: Unternehmen investieren mehr in Marketing und Kommunikation

Laut einer Umfrage unter Marketing- und PR-Managern der PV-Branche erhöhen 42 Prozent der Unternehmen in diesem Jahr ihre Kommunikationsbudgets und das zum Teil kräftig / Größte Herausforderungen für die Kommunikation sind die Vermittlung

München / Hamburg, 23. Juli 2018 – Zahlreiche Unternehmen aus den Bereichen Photovoltaik, Solarthermie, Speicher und Netzinfrastruktur erhöhen in diesem Jahr ihre Investitionen in Marketing und Kommunikation. Das zeigt eine Umfrage unter 50 Marketing- und PR-Verantwortlichen, die im Juni auf der Messe „Intersolar“ in München von der Kommunikationsagentur plümer)communications (www.pluemercommunications.de) durchgeführt wurde. Demnach wollen 42 Prozent der Unternehmen 2018 mehr für Werbung und PR ausgeben als im Vorjahr. Teilweise stocken die Unternehmen ihre Budgets sogar kräftig auf: Jedes vierte Unternehmen erhöht seinen Marketingetat um mehr als 15 Prozent.

Ausschlaggebend für die Mehrinvestitionen sind die inzwischen wieder als ermutigend wahrgenommenen Zukunftsaussichten: 90 Prozent der befragten Manager bewerten die Perspektiven für ihr Unternehmen in den kommenden 1-2 Jahren als „eher positiv“ oder „positiv“. Bezogen auf die Solarwirtschaft in Deutschland insgesamt schauen 70 Prozent der Teilnehmer optimistisch nach vorn.

Befragt nach den größten Wachstumstreibern nennen die Experten die „Photovoltaik (PV)-Technologie in Kombination mit Speichertechnologien“ sowie die „Integration von PV in vernetzte Energiesysteme“ an erster und zweiter Stelle. Auch das Industriegeschäft sowie die Sektorkopplung in Richtung Mobilitätslösungen sollen in den kommenden Jahren den Markt ankurbeln.

Bei der Frage nach den aktuell größten Herausforderungen für die Kommunikation in der Solarwirtschaft steht die Vermittlung der teils hoch komplexen Produkte an erster Stelle. Dicht darauf folgt der Auf- und Ausbau des digitalen Marketings. Das Aufrechterhalten der Akzeptanz für die Energiewende auf Seiten der Politik steht an dritter Stelle der Aufgaben-liste. Platz vier auf der Agenda belegt die Umsetzung der EU-Datenschutzgrundverordnung (DSGVO), die Ende Mai 2018 in Kraft trat.

„Dank attraktiver Innovationen wie die Kombination von PV mit erschwinglichen Speichertechnologien, die Einbettung in vernetzte Energiesysteme und die Nutzung von PV-Strom für Mobilitätslösungen schaut die Solarwirtschaft in Deutschland wieder mit Optimismus in die Zukunft“, fasst plümer)communications-Geschäftsführer Frank Plümer zusammen. „Damit wachsen aber zugleich die Herausforderungen für das Marketing: Es hat die Aufgabe, den Markt für diese Lösungen zu öffnen, Nachfrage zu generieren und die Produkte trotz ihrer hohen Komplexität erfolgreich zu kommunizieren. Angesichts dieses Bedeutungszuwachses ist das Investitionsplus bei Kommunikation und PR konsequent und folgerichtig.“

Hinweis für die Redaktionen: Die vollständige Auswertung der Umfrage stehen Ihnen hier zum Download zur Verfügung (PDF, 6 Seiten) [Hier geht's zur kompletten Auswertung \(PDF\)](#)