

„Stade de Suisse als Energiewahrzeichen? Absichten beim Bau und Wirkung der Solaranlage“

Liga Grundsteine, Caroline Homberger, Giorduri Maissen, Christa Neubacher,
Angelika Stutz, Laura Weidmann
Betreuerin: Dr. phil. Susanne Bruppacher

Zusammenfassung

Das Forschungsobjekt der vorliegenden Arbeit ist die Solaranlage auf dem Dach des Stade de Suisse (SdS). Das Ziel dieser Arbeit ist in erster Linie herauszufinden, inwiefern in Bezug auf dieses Solardach von einer Pilot- und Demonstrationsanlage (P&D-Anlage) gesprochen werden kann. Antwort auf dieses Anliegen wurde durch die Eruierung der Konvergenz bzw. Divergenz zwischen den Absichten der Hauptakteure beim Bau des Stade de Suisse und der Wirkung auf die Nutzer nach Vollendung des Projektes gefunden. Dazu wurden einerseits Leitfadenterviews mit den beim Bau des Stade de Suisse wichtigsten Schlüsselakteuren durchgeführt, andererseits eine Umfrage mit Nutzern des Stadions gemacht. Zusätzlich wurde eine Medienanalyse durchgeführt, welche die Wirkung des Stade de Suisse auf die Presse in Betracht zieht.

Ausgehend von der Antwort dieser ersten Frage, inwiefern beim Solardach des Stade de Suisse von einer P&D-Anlage die Rede sein kann, ging es in zweiter Linie darum, aufzuzeigen, inwiefern die Potentiale einer P&D-Anlage im Falle des Solardaches des Stade de Suisse genutzt wurden. Den theoretischen Hintergrund dazu bilden die wichtigsten Elemente einer erfolgreichen Diffusion von Innovationen von Everett Rogers (2003). Die für unsere Arbeit relevanten Elemente bilden die Innovation, die Kommunikationskanäle, sowie das soziale System. Die Innovation wird in Zusammenhang mit Solarenergie gebracht (Felser/Hübner, 2001), die Kommunikationskanäle und die soziale Akzeptanz werden in Beziehung zu weiterführender Literatur gesetzt (Blumer 1969; Wüstenhagen et al. 2007). Wichtig dabei ist die soziale Akzeptanz, welche einen sozialen Wandel impliziert (also eine soziale Bewusstseinsänderung) und eine dadurch ausgelöste Bereitschaft in der Bevölkerung, die Innovation anzuerkennen und in ihren Alltag zu integrieren.

Während das Stade de Suisse offiziell nicht den Status einer P&D-Anlage hat und nur beschränkt von einem Pilotcharakter gesprochen werden kann, erfüllt es durch seinen Modell- und Vorbildcharakter vor allem die Demonstrationsfunktion. Medienberichte und Öffentlichkeitsarbeit wurden jedoch nur während der Bauphase und der Eröffnung sehr intensiv getätigt. Seither beschränkt sich die Information über die Anlage weitgehend auf das Infozentrum auf dem Dach des Stade de Suisse, wodurch die Wirkung auf die Nutzer beschränkt ist (die Umfrage ergab, dass nur 68% der Befragten von der Existenz der Anlage wussten und letztere nur von 14% als spezielles Element des SdS erkannt wurde). Ein ständiger und aktiv gestalteter Diffusionsprozess könnte das Stadion zu einer erfolgreich(er)en P&D-Anlage machen. 54% der Befragten gaben an, aufgrund der Solaranlage einen besseren Eindruck bezüglich des SdS zu haben. Relativ kostengünstige Marketing-Massnahmen würden reichen, um besser auf die auf dem Dach integrierte Solaranlage aufmerksam zu machen (z.B. Plakate, Werbung in und um das Stadion). „Das Dach muss auf den Platz gebracht werden, wo es für alle sichtbar ist“, so der interviewte Architekt. Die Sensibilisierung der Bevölkerung auf die Solarenergie steht dabei im Vordergrund. Jedoch müsste ein sozialer Wandel stattfinden, damit von einer erfolgreichen Diffusion dieser Innovation gesprochen werden kann. Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass das Potential der Solaranlage des SdS als mögliche P&D-Anlage nur teilweise genutzt wird.