

„Strom aus dem Wald“ soll aus der Steckdose fließen

Stadtwerke gehen mit Werbekampagne in die Offensive

Waldkirchen.

Alle Jahre wieder: Kaum sind die Feiertage vorbei, flattern die Rechnungen ins Haus. Wer allerdings demnächst in seinen Briefkasten schaut, könnte durchaus positiv überrascht sein. Dafür jedenfalls wollen die Stadtwerke Waldkirchen sorgen. Damit beim Lichterglanz dieser Tage auch so manchem Stromzähler noch rechtzeitig ein Licht aufgeht, haben die Stadtwerke jetzt gemeinsam mit der örtlichen Agentur

Schuppan Creative Solutions eine mehrstufige Kampagne gestartet.

Unter dem Motto „Strom aus dem Wald“ wollen die Initiatoren um Bürgermeister Heinz Pollak die Vorzüge und Besonderheiten des regionalen Stroms aus Waldkirchen noch stärker herausstellen und bekannter machen.

Mancher Waldkirchner Bürger könnte verblüfft sein, manch anderer sich in seiner Entscheidung bestätigt fühlen. Immerhin kann man Miteigentümer eines Energieversorgungsunternehmens sein und Preis und Leistung mitbestimmen. Nicht die einzige Überraschung, wie Bürgermeister Heinz Pollak, der auch die Gesamtleitung der Stadtwerke verantwortet, zum Start der Offensive verspricht: „In Deutschland haben wir mittlerweile mehr als 1000 Stromanbieter und noch ein Vielfaches mehr an Stromtarifen. Da kann ich nur sagen: Augen auf! Denn was hier oft



Wollen den regionalen Strom noch besser vermarkten: Bürgermeister Heinz Pollak (v.l.), Stadtwerke-Leiter Günther Scheibenzuber und Werbefachmann Ralf Schuppan.

– F.: Kronawitter

sehr günstig und „grün“ erscheint, ist es meist nicht. Mit unserem Angebot setzen wir dagegen auf Transparenz und Nähe, Sicherheit und Unabhängigkeit“.

Bei den Stadtwerken könne jeder leicht nachvollziehen, wie sich die Preise zusammensetzen. Nachhaltigkeit und Marktgerechtigkeit seien dem Bürgermeister besonders wichtig und sollen mit der neuen Kampagne kommuniziert werden.

Günther Scheibenzuber, kaufmännischer Leiter der Stadtwerke, kann das nur bekräftigen: „Was in vielen Haushalten noch zu wenig bekannt ist: Bei uns fließt die Energie direkt vor der Haustür. Rund 36 Prozent des Gesamtverbrauchs im Netzgebiet decken wir bereits mit unseren eigenen Kraftwerken aus Wasserkraft und Kraftwärmekopplung sowie mit Sonnen- und Windenergie.“ Auch der Gewinn ströme wieder zurück in die eigene Infrastruktur, in den Aus-

bau und Unterhalt der eigenen Netze sowie in das Freizeitangebot der Stadt.

Mit Ralf Schuppan, dem Schöpfer der neuen Kampagne, konnten die Stadtwerke einen erfahrenen kreativen Kopf gewinnen. Für den Hamburger, der als Art und Creative Director fast zehn Jahre lang für Größen aus der Werbebranche wie Schaffhausen und Scholz & Friends erfolgreiche Kampagnen entworfen hat, ist Niederbayern inzwischen zur Wahlheimat geworden.

Seit 2012 betreibt er die Agentur Schuppan Creative Solutions, mit der er erst kürzlich nach Waldkirchen umgezogen ist. Das Angebot der Stadt hat den Agenturchef und Neubürger positiv überrascht: „Die Konsequente, ganzheitliche Denke hier ist vorbildlich. Da steckt Potenzial drin. Nicht nur, was die Energieversorgung und das Freizeitangebot angeht, auch was den Tourismus betrifft.“

– pnp