

Region

Wie ein 200-jähriges Bauernhaus zum Solar-Miethaus wird

Solardach trotz Denkmalschutz Wie baut man mit dem Segen des Denkmalschutzes ein uraltes Haus ökologisch um? Familie Sigrist in Münsingen hat es gewagt – und erhält dafür den Solarpreis.

Simon Thönen

Auf den Dächern der Schweiz könnte enorm viel Solarstrom produziert werden. Allerdings ist Dach nicht gleich Dach. Am einfachsten ist es, Solarpanels auf einem Neubau zu installieren. Bei einem bestehenden Haus muss man zuerst abklären, ob das Dach sich eignet und in guten Zustand ist.

Anspruchsvoll wird es, wenn das Haus unter Denkmalschutz steht.

Zum Beispiel, weil es uralte, stattlich und typisch für seine Epoche ist – wie das ehemalige Bauernhaus an der Bernstrasse 6 in Münsingen. Gebaut wurde es nach dem grossen Dorfbrand von 1793.

Haus liefert Energieüberschuss

Das Ehepaar Christine und Lorenz Sigrist hat den Umbau gewagt – und wird dafür am Dienstag in Genf mit dem Schweizer Solarpreis geehrt.

Das zum Mehrfamilienhaus umgebaute Bauernhaus ist ein sogenannter Plusenergiebau. Das riesige Solardach produziert mehr Energie, als im Haus verbraucht wird: Fast 80'000 Kilowattstunden (kWh) Solarstrom pro Jahr bei einem Verbrauch für Strom, Warmwasser und Wärme von 55'000 kWh – die Produktion beträgt gut 140 Prozent des Verbrauchs.

Zeitsprung bei der Nutzung

Der Umbau war die Transformation von einem Landwirtschaftsgebäude mit kleinem Wohnanteil zu einem Miethaus für sechs Familien plus einem Blumenladen mit grossem Garten.

Und es war auch ein Zeitsprung von einer quasi vorindustriellen und sehr genügsamen Energienutzung zu einer topmodernen.

«Wir haben im Winter vor allem in der Küche gelebt, weil es dort warm war», erinnert sich Ueli Zaugg. Der Vater von Christine Sigrist wuchs als Bauernsohn in diesem Haus auf, das damals schlecht isoliert war und sich eher schlecht als recht heizen liess. «Wenn es kalt wurde, hatten wir Eisblumen an den Fenstern.»

«Wir wollten etwas für die Umwelt tun und nicht nur darüber reden.»

Christine Sigrist
Hausbesitzerin

Zaugg hätte den Betrieb später als Landwirt übernommen, wenn er nicht bei einem Unfall im Militär einen Rückenschaden erlitten hätte. Stattdessen studierte er Agronomie und war unter anderem Regierungsstatthalter. Inzwischen hat er das Haus seiner Tochter überschrieben und mit ihr und ihrem Mann den Umbau geleitet.

Solardach gegen Energieknappheit

«Für mich stand fest, dass unser sehr grosses Dach für die Solarenergie genutzt werden soll», sagt Zaugg. «Alles andere wäre in Zeiten der Energieknappheit unverantwortlich gewesen.»

Allerdings redete der kantonale Denkmalschutz da sehr stark mit. Eine Auflage war, dass die Solarpanels die Dachfläche komplett bedecken müssen und so ein einheitliches Erscheinungsbild bieten. Man wählte eine sogenannte Indachanlage



Das schwarze Solardach wirkt auf dem alten Holzhaus geradezu elegant. Foto: Adrian Moser

der Thuner Solarfirma 3S. Dabei ersetzen die Solarpanels die Dachziegel. Eine solche Anlage kostet gemäss dem Branchenportal Energieheld.ch 70 Prozent mehr als eine Solaranlage, die auf das Dach gestellt wird. Hingegen entfallen bei einer Indachanlage die Kosten für ein neues Dach.

Der Denkmalschutz akzeptierte im Gegenzug neue Fenster im Dach, die für die Wohnnutzung wichtig sind. «Es lohnt sich, früh das Gespräch mit dem Denkmalschutz zu suchen und ein Architekturbüro zu beauftra-

gen, das Erfahrung im Umbau von geschützten Gebäuden hat», rät Zaugg anderen, die in der gleichen Situation sind.

Ob es rentiert, ist unklar

Ob die Solaranlage, die «mehrere Hunderttausend Franken gekostet hat», sich wirtschaftlich lohnen wird, hat die Bauherrschaft nicht genau berechnet. Das lokale Elektrizitätswerk zahlt für den Solarstrom knapp 18 Rappen pro kWh, was verglichen mit anderen Stromversorgern ein fairer Tarif ist.

Relevant dürfte vor allem sein, wie viel Solarstrom direkt im Haus verbraucht wird. Etwa, wie viele der Mieter und Mieterinnen Elektroautos haben und diese tagsüber an den Ladestationen in der Tiefgarage laden.

Denn mit dem Verkauf von Solarstrom an die eigenen Mieter verdienen Eigentümer meist mehr als mit der Einspeisung ins Stromnetz (dies, obwohl die Mieter den Solarstrom aufgrund einer Bundesvorschrift verbilligt erhalten).

Bei der Solaranlage habe nicht die Rendite, sondern die Ökolo-

gie den Ausschlag gegeben, sagt Christine Sigrist. «Wir wollten etwas für die Umwelt tun und nicht nur darüber reden.» Das gilt auch für andere Aspekte des Umbaus, der laut Zaugg insgesamt Kosten «im hohen einstelligen Millionenbereich» mit sich brachte.

So wird das Regenwasser vom Solardach in einem grossen Tank gesammelt und für den Blumenladen und Garten verwendet. Auch dies eine Umweltinvestition im Hinblick auf vermehrte Trockenheiten im Gefolge der Klimaerwärmung.

Eine Erkennungsmelodie für rund 40'000 Franken

Jingle für Kanton Bern Die Kantonsverwaltung hat sich für ihren multimedialen Auftritt ein «Audio-Logo» komponieren lassen.

Was vereint das «Echo der Zeit», die Swisscom oder das Aufstarten eines Mac-Computers? Hört man den unverkennbaren Sound des Jingle oder des Signets, weiss man sofort, mit welchem Absender man es zu tun hat.

Eine solche Audio-Identität hat sich nun auch der Kanton Bern beschafft. Doch wie klingen die Behörden des Kantons: «W. Nuss», «Berner Marsch» oder Guggisberglied?

Weder noch, sagen sich die Behörden. Bern soll so tönen, wofür der Kanton Bern steht: am Puls der Zeit, Zusammenhalt, Beständigkeit, Zuverlässigkeit und Hilfsbereitschaft.

Was sich das Amt für Kommunikation darunter vorstellt, kann man sich auf der Website oder dem Youtube-Kanal des Kantons anhören. Zum ersten Mal zum Einsatz gekommen ist das neue Signet im Erklärvideo über die

kantonale Abstimmung vom 3. März über die Änderung der Kantonsverfassung.

Künftig soll die Tonfolge zu Beginn und am Ende von Videos des Kantons zu hören sein. Neben der Kurzversion, die nur vier Töne und einige wenige Sekunden dauert, gibt es noch vier längere Versionen, die je nach gewünschter Stimmung eingesetzt werden können.

Die Melodie sei weder in Dur noch in Moll. «Sie vermittelt dadurch Werte des Zusammenhalts», schreibt der Kanton im dazugehörigen Erklärvideo. Durch den fallenden Ganztonschritt auf den Grundton entsteht zudem ein Gefühl von Respekt und Hilfsbereitschaft.

Für alle Direktionen und die Staatskanzlei

Verantwortlich für den Audio-Auftritt des Kantons zeichnete

«Department of Noise», eine Audio-Design-Agentur aus Zürich, die auf ihrer Website auch die Migros, Schweiz Tourismus oder SRF zur Kundschaft zählt. An der Konzeption der Elemente haben sich Vertreterinnen und Vertreter verschiedener Direktionen beteiligt.

Die fünf Tondateien, die sich der Kanton leistete, waren nicht ganz günstig. Angefangen bei der Strategie, auf deren Basis «das visuelle Erscheinungsbild auf den Bereich Audio» erweitert wurde (13'700 Franken).

Zusätzlich fielen Kosten an für die Umsetzung und Implementierung der Audio-Elemente (13'800 Franken) und die Lizenzkosten für die unlimitierte Nutzung (11'200 Franken).

«Das Audio-Logo soll nun von allen Direktionen und der Staatskanzlei durchgehend genutzt werden. Auf eine einheitliche

«Aus Effizienzgründen haben wir uns für ein Minimum an Vorgaben entschieden.»

Anna Zwierko
Co-Leiterin News und Public Relations

Sprecherin oder einen einheitlichen Sprecher für Erklärvideos hat man laut Anna Zwierko, Co-Leiterin News und Public Relations, verzichtet. «Aus Effizienzgründen haben wir uns für ein Minimum an Vorgaben entschieden.»

Kanton kommuniziert multimedialer

Doch ein eigener Jingle nur für kantonale Volksabstimmungen und Erklärvideos?

Anna Zwierko war für das Amt für Kommunikation am Prozess beteiligt. Sie sagt: «Der Kanton Bern hat sich bis jetzt primär auf sein visuelles Erscheinungsbild konzentriert. Wir sind seit einigen Jahren aber multimedialer unterwegs.»

Dies zeige sich etwa dadurch, dass der Kanton heute weniger über gedruckte Elemente kommuniziere.

«Wir verfolgen eine «Digital first»-Strategie», sagt Anna Zwierko. Festgehalten ist dieses digitale Primat im kantonalen Gesetz über die digitale Verwaltung.

Wie viele Videos der Kanton letztes Jahr produziert hat und wie viele davon nun mit dem neuen Signet bestückt worden wären, kann Anna Zwierko nicht sagen. «Viele Videos entstehen in den Fachämtern. Die meisten, letztes Jahr waren es etwa hundert, werden auf Youtube hochgeladen.»

Für Politanalyst Mark Basiger ergibt es Sinn, dass der Kanton diesen Schritt gegangen ist. «Ein Audio-Branding gehört bei Unternehmen und Marken dazu. Es ist nur logisch, dass kantonale Verwaltungen mit der Zeit gehen wollen», sagt er.

Kaspar Keller