



BIOGAS IST COOL

PRAXISBEISPIELE FÜR
MARKETING, AKZEPTANZ
UND KOMMUNIKATION



Institut für Biogas
Kreislaufwirtschaft & Energie



Wir drucken Deinen Beitrag, um Biogas sichtbar und erlebbar zu machen!

*Hast Du während Deiner letzten Reise durch unsere vielfältige Welt eine tolle Idee zur
Vermarktung von Biogas gesehen?*

Oder hast Du vielleicht eine tolle eigene Idee?

Oder willst Du Deine Firma in diesem Buch darstellen?

*Sende einen kurzen Link oder eine Info an biogasmarketing@biogasundenergie.de – wir
werden die Informationen in der nächsten Auflage aufgreifen!*

BIOGAS IST COOL

Eine Sammlung von Praxisbeispielen für
Promotion, Marketing, Branding und Kommunikation

Autoren:

Prof. Dr. – Ing. Frank Scholwin

Dipl. – Ing. Angela Clinkscales

Jessica Kurniawan

Regina Christianty Handayani

Ronja Scholwin (Übersetzung)

Institut für Biogas, Kreislaufwirtschaft und Energie
Weimar, Deutschland

Besonderer Dank gilt GENeco, Stadtwerke Augsburg, Gasum Oy, TINE, Audi, OrangeGas, Biogas Akademin, PlanET, Landwärme, e-on Bioerdgas, Fachverband Biogas e.V., Lindum, Greve Biogas, Landratsamt Bayreuth, European Biogas Association, Fahrbiogas, bmp Greengas, Polarstern GmbH, Nature Energy, Evonik und Scandinavian Biogas für die Informationen und Bilder, die zu dieser Broschüre beigetragen haben.

ISBN 978-3-00-064409-2

Was ist Biogas?	4
Warum Biogas?	5
Beispiele für Vermarktung und Branding von Biogas: Mobilität	7
Bio-Bee Biomüll-Fahrzeug und Bio-Bus von GENeco	8
Augsburg's Busse fahren mit 100% Biomethan	10
Köreco – Ökofahrschule setzt CO2-frei auf Biogas	11
fahrBiogas baut genossenschaftliche Biogastankstellen	12
Biogas aus der Sicht erfolgreicher Unternehmer: Christian Bracklow	13
Biogas – Der Motor der Energiewende.....	14
Kann Biogas Teil der Lösung sein?.....	15
Gasum öffnet die erste Tankstelle weltweit an einem Ikea-Markt	16
TINE's Klimaprogramm KUKRAFT führt zum nachhaltigsten Nahrungsmitteltransport der Welt.....	17
Audi wird CO ₂ -neutral durch Audi e-gas.....	18
Die Strategie von OrangeGas zum Verkauf von erneuerbarem Biomethan-Gas.....	19
UPS – Größter Biomethan-Kauf in der Geschichte der USA.....	20
Beispiele für Biogas-Marketing und -Branding: Sichtbarkeit	21
Schwedisches Biogas-Logo für vielseitigen Gebrauch	23
Die Magic Factory In Norwegen	26
Biogas aus der Sicht erfolgreicher Unternehmer: Ketil Stoknes	27
Ideen zum Biogas-Marketing vom Fachverband Biogas.....	28
Energy-in-art, Bayreuth.....	30
Die „Success Stories“ European Biogas Association.....	26
Beispiele für Biogas-Marketing und -Branding: Heizung und Strom	28
Polarstern verspricht, dass Biogas keine zu teure Alternative ist.....	29
Bienenstrom erhält Artenvielfalt im Kontext der Biogasproduktion.....	30

Die „Success Stories“ European Biogas Association	31
Für eine grüne Zukunft mit grünen Gasen: bmp greengas	32
Vermarktungsstrategien eines Marktführers: Matthias Kerner	33
Biogaspotenzial hängt von der Sammelmethode ab TU Hamburg	34
Employer Branding bei Landwärme: Mit Biomethan jeden Tag die Welt ein Stück grüner	35
Biogas aus der Sicht erfolgreicher Unternehmer: Frank Scholwin	36
Beispiele für Biogas-Marketing und -Branding: Strom und Wärme	37
Polarstern zeigt, dass Biogas keine zu teure Alternative ist.....	38
Bienenstrom erhält Artenvielfalt im Kontext der Biogasproduktion	39
Biogas zum Kochen von Stockholm Gas	40
Biogas-Marketing und Branding: Erfolgreiche Beispiele.....	41
Das Biomethan von Nature Energy ist aus ökologischer und wirtschaftlicher Sicht nachhaltig.....	42
Biogas aus der Sicht erfolgreicher Unternehmer: Ole Hvelplund.....	43
Evonik wertet Deponiegas auf.....	44
LBG-Anlage von Biokraft in Skogn, Norwegen	45
Biogas aus der Sicht erfolgreicher Unternehmer: Håvard Wollan.....	46
Biogas Marketing.....	47
Grundlagen für effizientes Biogas-Marketing	48
Herausforderungen und Lösungen im Biogas- Marketing	49
Bewusstsein für Biogas stärken	51
Weiterführende Links:	53

Was ist Biogas?

Die Erzeugung von Biogas ist ein Prozess, in dem organische Stoffe von Mikroorganismen abgebaut werden. Dabei entsteht neben dem Energieträger Biogas der sogenannte Gärrest, der als wertvoller organischer Dünger genutzt wird. Der zu Grunde liegende biologische Prozess wird als anaerobe Fermentation bezeichnet und findet auch in der Natur statt. In großtechnischen Biogasanlagen wird dieser natürliche Prozess nachgeahmt, um Nährstoffe aus Reststoffen in den Kreislauf zurückzuführen und erneuerbare Energie bereit zu stellen.

Biogas kann aus beinahe allen biologisch abbaubaren Substanzen - ausgenommen Holz - gewonnen werden. Zum Beispiel aus organischen Abfällen wie landwirtschaftlichen Reststoffen (Stroh, Gülle, Mist, Zwischenfrüchte etc.), kommunalen und industriellen organischen Abfällen, oder auch aus Energiepflanzen.

Die Hauptbestandteile von Biogas sind Methan und CO₂, es enthält aber auch noch weitere Spurengase. Es hat sehr ähnliche Eigenschaften wie Erdgas und kann deswegen genauso in Boilern für die Wärmeengewinnung, in Blockheizkraftwerken zur Erzeugung von Strom und Wärme, sowie in Brennstoffzellen und in Erdgasfahrzeugen

(nach einer Aufbereitung zu Biomethan) im Verkehrssektor eingesetzt werden.

In Abhängigkeit von Ursprung, bzw. Aufbereitung und Verwendung wird Biogas auch als Klärgas, Deponiegas, Biomethan, Bioerdgas, erneuerbares Erdgas, verflüssigtes Biogas, (liquefied biogas LBG – entsprechend zu LNG, liquefied natural gas) und verdichtetes Biogas (compressed biogas CBG, analog zu CNG, compressed natural gas) bezeichnet – immer mit dem gleichen Ursprung, aber manchmal mit unterschiedlichen Qualitätskriterien in unterschiedlichen Ländern.

Andere erneuerbare Gase mit vergleichbaren Eigenschaften sind beispielsweise synthetisches Erdgas aus der Vergasung von fester Biomasse und Gase aus Power-to-Gas Verfahren (PtG; P2G; e-gas), bei denen mittels erneuerbarem Strom Wasserstoff in einer Hydrolyse produziert und anschließend zu Methan umgewandelt wird.

Werden fossile Energieträger durch Biogas ersetzt, bewirkt dies eine starke Reduktion der CO₂-Emissionen. Dabei kommen erprobte Technologien zum Einsatz, die schon heute verfügbar sind.

Warum Biogas?



Biogas ist CO₂-negativ

Aus vielen organischen Abfällen, wie beispielsweise Bioabfall oder Gülle, entstehen Methan, Lachgas und Geruchsemissionen, wenn sie gelagert werden. Da Methan das etwa 28-fache Treibhausgaspotenzial von CO₂ hat, trägt es stark zum Klimawandel bei. In einer Biogasanlage werden diese Abfälle kontrolliert umgewandelt und das entstehende Methan gespeichert und genutzt, wodurch Treibhausgasemissionen deutlich vermindert werden.

Auch die Treibhausgasemissionen, die bei der Verbrennung fossiler Energieträger entstehen, werden durch eine Substitution mit Biogas verringert, wenn dieser erneuerbare Energieträger in der Strom- und Wärmeerzeugung oder als Biomethan im Verkehrssektor eingesetzt wird.

Durch die Vermeidung von Emissionen, die ohne eine Nutzung von Biogas (z.B. in der Güllelagerung), anfallen würden, kann die Treibhausgasbilanz der Biogaserzeugung und -nutzung sogar negativ ausfallen.



Einfache Technologie und ein natürlicher Prozess

Die Produktion von Biogas ist ein Prozess, der auch in der Natur, zum Beispiel im Pansen von Kühen, stattfindet. Die Technologie, die für die Erzeugung von Biogas benötigt wird, ist relativ einfach und kann im Gegensatz zu Großkraftwerken auch dezentral auf kommunaler Ebene eingesetzt werden.

Das erzeugte Biogas kann entweder direkt genutzt werden, zum Beispiel zum Kochen, für die Warmwasserbereitung, oder um Strom und Wärme zu generieren. Es kann aber auch auf Erdgasqualität aufbereitet und für alle Erdgasanwendungen wie auch als Treibstoff für Erdgasfahrzeuge genutzt werden.

Die Einsatzstoffe, die für die Biogaserzeugung benutzt werden, wie beispielsweise Gülle, Pflanzenreste, Essensreste oder Klärschlamm, sind häufig kostenfrei erhältlich, weswegen der Betrieb von Biogasanlagen oft wirtschaftlich erfolgreich ist. Des Weiteren werden lokal umweltfreundliche Arbeitsplätze geschaffen.



Biogas ist Kohlenstoffrecycling

Der Biogasprozess setzt Stoffe um, die ursprünglich auf pflanzlicher Biomasse basieren. Bei der Verbrennung von Biogas wird die gleiche Menge an CO₂ freigesetzt, welche die Pflanzen während ihrer Lebenszeit für die Photosynthese aus der Atmosphäre aufgenommen haben.



Gärreste sind ein perfekter Dünger

Die Reste des Biogasprozesses werden als Gärreste bezeichnet und können als organischer Dünger genutzt werden. Durch den Prozess werden sogar die Düngereigenschaften verbessert. So enthält beispielsweise Gärrest auf Güllebasis einen höheren Anteil an pflanzenverfügbarem Stickstoff als unbehandelte Gülle.

Erwiesenermaßen riecht Gärrest weniger streng. Durch seinen Einsatz als organischer Dünger können energieintensive Mineraldünger ersetzt und so weitere Treibhausgasemissionen und Umweltschäden vermieden werden. Fast 100 % der Nährstoffe bleiben im Gärrest erhalten und der Nährstoffkreislauf kann geschlossen werden.



Nachhaltigkeit

Der Biogasprozess basiert auf Einsatzstoffen, die erneuerbar sind. Organische Abfälle und Energiepflanzen sind kontinuierlich als Einsatzstoffe für den Biogasprozess verfügbar.

So lange es so wie heute keine wirtschaftlich attraktiven Möglichkeiten gibt, diese Stoffe anderweitig wirtschaftlich erfolgreich zu nutzen, wird die Biogasproduktion ein relevanter Bestandteil der Kreislaufwirtschaft und Energieversorgung bleiben.



Beispiele für Vermarktung und Branding von Biogas: Mobilität

Foto: Gasum Oy



Bio-Bee Biomüll-Fahrzeug und Bio-Bus von GENeco

Der Bio-Bee Truck ist das erste Fahrzeug Großbritanniens, das sowohl Bioabfall einsammelt als auch mit Biogas fährt, welches aus gewerblichem Bioabfall produziert wird. In Großbritannien überschreiten 40 Orte, darunter Bristol, die Grenzwerte für Stickoxide. Bio-Bee stellt demnach eine gute Alternative zu herkömmlichem Diesel dar, indem das Fahrzeug mit sauberem Biomethan fährt und dies auch deutlich sichtbar demonstriert.

Der Bioabfall, den Bio-Bee sammelt, wird zu GENecos Biogasanlage gebracht, wo der Bioabfall aufbereitet und Kunststoffanteile entfernt werden. Die organischen Anteile werden erneuerbares Biogas und nachhaltigen Dünger verwandelt, um den Nährstoffkreislauf zu schließen. Das Biogas wird zur Erzeugung von Strom sowie auf Erdgas aufbereitetem Biomethan, welches in das Gasnetz eingespeist wird, verwendet oder direkt als Treibstoff für Bio-Bee oder andere Fahrzeuge genutzt.

GENeco ist sich sicher, dass viele zusätzliche Reststoffe verfügbar sind, um Bio-Bee und andere mit Biogas fahrende Fahrzeuge zu betreiben. Zudem könnte Bio-Bee, wenn Bristol für ein Jahr allen Bioabfall erfassen würde, bis ins Jahr 3000 jeden Tag fahren.

- **Ziel:** eine Alternative zu fossilen Kraftstoffen aufzeigen
- **Stakeholder:** Abfallentsorgungsfirmen, Einwohner Bristols
- **Strategie:** durch Aufschriften am Fahrzeug Interesse wecken und Akzeptanz schaffen
- **Effekt:** den Menschen wird bewusst, dass ihr Bioabfall in Biogas als nachhaltiger Treibstoff umgewandelt werden kann; reger Austausch über Twitter
- **Link:** <https://geneco.uk.com>



Fotos: GENeco/Wessex

- **Ziel:** Motivation, den Bio-Bus zu nutzen
- **Stakeholder:** Menschen in Bristol
- **Strategie:** Bus als Blickfang und Informationsplattform
- **Effekt:** Einwohner interessieren sich für den Bio-Bus und nutzen ihn, Twitter-Diskussionen
- **Additional link:**
https://youtu.be/x2R_MaWFABo

Zusätzlich zu Bio-Bee betreibt GENeco den Bio-Bus, der ebenfalls mit Biogas aus Bioabfall, Klärschlamm und gewerblichen flüssigen Abfällen fährt. Der Bus fährt mit einem vollen Tank, der sich auf dem Dach befindet, über 300 km. Diese Tankfüllung wird aus der Menge an Klärschlamm und Bioabfall gewonnen, die jährlich bei nur fünf Einwohnern anfällt.

GENeco wirbt viel für die Nutzung von Biogas in ihren Fahrzeugen. Schon bei einem kurzen Blick auf den Bus werden die Betrachter durch die Aufschrift darüber informiert, dass der Bus mit Abfall fährt, und somit für eine nachhaltige Zukunft steht. Informationen über die Nachhaltigkeit des aus Abfall produzierten Treibstoffes werden außerdem über leicht verständliche YouTube-Videos bereitgestellt.

Bild: GENeco/Wessex





Augsburg's Busse fahren mit 100% Biomethan

Die Stadtwerke Augsburg, die für den öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) in Augsburg verantwortlich sind, stellten 2011 alle 83 Busse auf den Betrieb mit Biomethan um. Damit ist Augsburg die erste Stadt Deutschlands, die für ihren ÖPNV vollständig Biomethan nutzt. Zusätzlich zu der CO₂-Neutralität führt die Umstellung der Busse zu einer massiven Reduktion von NO_x- und Feinstaubemissionen.

Abgesehen davon, dass die Stadtwerke Augsburg Biomethan für ihre Busse nutzen, unterstützen sie Fahrzeughalter ihrer Stadt darin, Biomethan zu nutzen. Über Anzeigen in Zeitungen wurden die Einwohner darüber informiert, dass die Nutzung von Biomethan umweltfreundlicher ist als die Nutzung von fossilem CNG. Sie überzeugen viele Autofahrer davon, dass Erdgas und Biomethan eine Alternative zu fossilen Kraftstoffen darstellen.

Fotos von: swa | Thomas Hosemann

- Ziel: Augsburger Bewohner zur Nutzung von Biogas zu ermutigen und über ihre Biomethan-betriebenen Busse zu informieren
- Stakeholder: Einwohner Augsburgs
- Strategie: Nutzung von Aufschriften mit packenden Aussagen
- Link: <https://www.sw-augsburg.de>



- **Ziel:** Alleinstellungsmerkmal im Wettbewerb der Fahrschulen
- **Stakeholder:** Alle Autofahrer
- **Effekt:** umweltfreundliche Kunden werden geworben und sehen CNG-Fahrzeuge als etwas ganz Normales an; ständige Sichtbarkeit im Stadtverkehr
- **Link:** <https://www.koreco.se/>



Fotos: Frank Scholwin



Köreco – Ökofahrschule setzt CO₂-frei auf Biogas

Linköping ist eine der schwedischen Städte, in denen Biogas-basierter Nahverkehr die Regel ist. Viele Einwohner wissen was Biogas ist und ihr Umweltbewusstsein ist durch Stadt, Universität und ihren Energieversorger Tekniska Verken geschärft.

Diese Situation nutzt die Fahrschule „Köreco“, um im Wettbewerb mit den anderen Fahrschulen mit umweltfreundlichen CNG-Fahrzeugen und einem Ausbildungskonzept, in dem energieeffizientes Autofahren im Vordergrund steht. Zusätzlich wird soweit möglich durch Digitalisierung auf Papier verzichtet und alle trotzdem verursachten Emissionen durch CO₂-Kompensation auf Null gebracht.

Diese Strategie hat zur Ehrung als nachhaltiges Unternehmen mit dem kommunalen Umweltpreis geführt – was gleich eine hervorragende Werbung für das Unternehmen ist.



fahrBiogas baut genossenschaftliche Biogastankstellen in der Schweiz

- Ziel: Biogas als Kraftstoff etablieren
- Stakeholder: Biogasanlagenbetreiber, Gesellschaft
- Effekt: Wahrnehmung des Themas in der Öffentlichkeit, jedermann kann mit einem kleinen Beitrag dabei sein!
- Link: <https://fahrbiogas.ch>

Die Genossenschaft fahrBiogas wurde gegründet, um die Idee, Tankstellen direkt an Biogasanlagen umzusetzen in die Praxis zu bringen und dafür gemeinsam von vielen Enthusiasten kleine Kapitalmengen ab 1.000 CHF zu vereinen. Damit sollen erste Projekte umgesetzt werden, die zukünftig zu einer breiten Umsetzung mit einem realen Potenzial wirtschaftlich erfolgreicher Investitionen ausgebaut werden können.

Das genossenschaftliche Modell ist ideal, interessierte Stakeholder aus der Schweiz und auch aus dem Ausland zusammenzuführen, um nicht nur einen Austausch von Informationen sondern vielmehr die – leider häufig fehlende - praktische Umsetzung der Ideen zu erreichen. Die gemeinsame Investition führt dazu, die Idee der Genossenschaft im Zuge der Vermarktung sehr breit zu streuen und zu einer extrem hohen Akzeptanz in der lokalen Bevölkerung bis hin zu Autohäusern. Das Risiko für jeden Einzelnen ist sehr gering – der zukünftige Erfolg aber absehbar.

Das erste Projekt ist die Realisierung der Biogastankstelle Frutigen, in der seit 23. November 2019 regional produziertes und klimaneutrales Biogas getankt werden kann. Dank der mit dem Projekt erreichten CO₂-Emissionsminderung wurde eine Unterstützung der Klimastiftung Schweiz erreicht.



Fotos: FahrBiogas

Biogas aus der Sicht erfolgreicher Unternehmer: Christian Bracklow



CHRISTIAN BRACKLOW

*Geschäftsführer BayWa r.e.
Bioenergy GmbH, Germany*

Biogas ist einer der erneuerbaren Energieträger, der eine großartige Aussicht für eine nachhaltige Zukunft hat. Dennoch wird Biogas noch häufig kritisch gesehen. Viele Leute denken Biogas wäre keine gute Alternative, da es mit Abfall und negativen Folgen der Landwirtschaft assoziiert wird. Dennoch waren Unternehmer erfolgreich dabei, Biogas voranzubringen und der Gesellschaft zu beweisen, dass Biogas wirklich eine hervorragende Quelle erneuerbarer Energie ist.

Christian Bracklow, Geschäftsführer der BayWa r.e. Bioenergy GmbH, ist für eine jährliche Biogaserzeugung von etwa 400 GWh verantwortlich, mit einem Anteil von 75 % als Biomethan und 25 % in Blockheizkraftwerken. Wenn man ihn nach den Gründen fragt, wieso er auf Biogas zählt, antwortet er: „Die Biogasproduktion ist ein natürlicher Prozess, der überall auf der Welt angewendet werden kann – sogar in Entwicklungsländern.“ Des Weiteren fügt er hinzu, dass Biogas im Vergleich zu Batterien preiswert gespeichert werden kann, da der Transport in den existierenden Gasnetzen sehr kosteneffizient ist. Außerdem, erklärt er, dass Biomethan ein perfekter Kraftstoff ist: Es kann mit hoher Effizienz für den Antrieb genutzt werden und ist sehr sauber in Bezug auf die Abgase – nicht nur bei CO₂, sondern auch bei NOx und Feinstaub. Wenn CO₂ während der Aufbereitung von Biomethan gesammelt wird, was dem Stand der Technik entspricht, können sogar negative CO₂ Emissionen entstehen.

Christian meint, dass die hohen Kosten der Stromerzeugung aus Biogas eine Herausforderung sind. Deswegen glaubt er, dass in 10 Jahren Biogas hauptsächlich im Verkehrssektor genutzt wird.

„Das schlechte Image von zu hohen Preisen kann nur verbessert werden, wenn Biogas die engen Grenzen des Stromsektors verlässt und damit den ungerechten Vergleich mit Wind- und Solarenergie, die stark fluktuieren und schwer zu speichern sind.“ erklärt er. Außerdem denkt er, dass der Einsatz von Biogas im Verkehrssektor mehr Raum für CO₂-freundliche Innovationen lässt. Ein wichtiger Punkt ist, sich mehr auf CO₂ und insbesondere auf die damit verbundene professionelle Bilanzierung und das Berichtswesen zu konzentrieren.

Um die Idee von Biogas besser zu verkaufen hat Christian einige Argumente um Leute zu überzeugen. „Unsere Kunden sind Finanzinvestoren: Daher ist die signifikant höhere interne Verzinsung ein wichtiger Punkt. Während Solar und Windprojekte dazu tendieren risikofreie Renditen zu garantieren, versprechen Biogasprojekte noch immer attraktive Gewinne. Wenn die Projektfinanzierung gesichert ist kann die Eigenkapitalverzinsung bis auf über 10 % pro Jahr steigen.“ Er fügt hinzu, dass Biogas gar nicht so kompliziert ist wie es zuerst scheinen mag. „Zusammen mit erfahrenen und kompetenten Dienstleistern ist es ein managebares Geschäft, auch für Investoren aus dem Finanzsektor.“

„Während Solar und Windprojekte dazu tendieren risikofreie Renditen zu garantieren, versprechen Biogasprojekte noch immer attraktive Gewinne. Wenn die Projektfinanzierung gesichert ist kann die Eigenkapitalverzinsung bis auf über 10 % pro Jahr steigen.“

- 20 Jahre Erfahrung in der Biogasbranche
- 500 gebaute Anlagen
- 200 Mitarbeiter weltweit
- 750.000 t CO₂-Einsparung durch unsere Biogasanlagen pro Jahr



Biogas - Der Motor der Energiewende

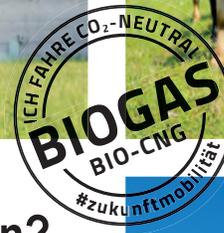
Es ist nicht nur eine Erfolgsgeschichte, sondern auch ein beispielhafter Beitrag in Sachen Nachhaltigkeit und Klimaschutz den Herbert Königs und Christian Nellen leisten. Die beiden Landwirte betreiben seit 2007 eine Biogasanlage vom Vredener Unternehmen PlanET Biogastechnik GmbH. Konzeptioniert wurde die Anlage für den Betrieb mit den Substraten Hähnchenmist und Mais Silage. Ein Teil der Abwärme, die die Anlage produziert, wurde zunächst genutzt, um den Hof und die Wohnungen auf dem eigenen Hof zu beheizen.

Um die Effizienz der Anlage zu steigern und um die 12.500.000 kWh Wärme zu nutzen suchten die Landwirte nach einer geeigneten Lösung. Sie entschieden sich im Mai 2010 für eine Biomethaneinspeisung. Die Anlage von Königs & Nellen wurde nach nur 18-monatiger Planung, Bau und Inbetriebnahme erweitert. Nach dem Umbau war Sie die erste Biogasaufbereitungsanlage ihrer Art und Größe in der Bundesrepublik die mittels Aminwäsche mit einer Gasdurchflussmenge von 300 Nm³ Rohbiogas/ Stunde das Biogas auf Erdgasqualität aufbereiten kann und so direkt in das öffentliche Gasnetz einspeist. Das eingespeiste Biomethan wird in Biomethan BHKW's der Stadtwerke Neuss an verschiedenen Standorten umgewandelt.

Heute, 2019, planen die Landwirte eine erneute Erweiterung ihrer Anlage. Herbert Königs und Christian Nellen möchten in eine neue Technologie investieren und eine eigene Biogastankstelle in der Nähe ihres Betriebes erstellen. Als Substrat für die Biogasanlage wird zukünftig der Pferdemist von umliegenden Höfen genutzt. „Bei uns gibt es im Umkreis von fünf Kilometern bereits 1000 Pferde. Und ein Pferd produziert rund 35 Kilo Mist pro Tag“, sagt Herbert Königs. Mit 64 000 Tonnen Mist jährlich könnten 6000 Pkw oder rund 115 Lkw angetrieben werden.

Mit dem produzierten Biomethan haben die Landwirte einen ambitionierten Plan: Sie wollen unter anderem die Fuhrparks von Landwirten, Speditionsfirmen, Paketdiensten, Pflegediensten und Bauunternehmen mit dem aus dem Mist gewonnenen Gas antreiben.





| Kann Biomethan Teil der Lösung sein?

Die Energiewende schreitet voran, besonders deutlich ist das bei der Stromproduktion. Biogasanlagen haben hier einen erheblichen Anteil und liefern auch dann Strom, wenn die Sonne nicht scheint oder der Wind nicht weht. Wesentlich ist die Frage, wie wir die fluktuierenden Energien speichern um sie dann nutzen zu können, wenn sie gebraucht werden. Mit dem vorhandenen Erdgasnetz steht der benötigte Speicher bereits zur Verfügung und Biomethan bietet die Möglichkeit diesen regenerativ bereitzustellen. Zudem stehen mit der Verkehrswende weitere Herausforderungen an. Die Weiterentwicklung des Kraftstoffs Bio-CNG/Bio-LNG aus Biogas ist hier ein wichtiger Teil der Lösung, um auch im Verkehrssektor die Energiewende voranzutreiben. Denn Bio-CNG/Bio-LNG hat eine höhere Treibhausgas-Minderungsquote (THG) als Strom. Mit Bio-CNG/ Bio-LNG aus Mist, Gülle und Abfällen lässt sich die Energiewende im Verkehrssektor wesentlich beschleunigen.

Wir haben die Idee und liefern die Lösung.



Jörg Meyer zu Strohe
Geschäftsführer der PlanET Biogas Group



- **Ziel:** Bioabfall recyceln
- **Stakeholder:** Ikea-Kunden
- **Effekt:** aufgrund der Lage direkt am Ikea-Markt werden Kunden auf die Tankstellen aufmerksam und das Interesse am Tanken von Biogas wird geweckt
- **Link:** <https://www.gasum.com/>



Fotos: IKEA

Gasum öffnet die erste Tankstelle weltweit an einem Ikea-Markt

Gasum Oy, Finnlands führendes Gasunternehmen eröffnete 2018 in Zusammenarbeit mit Ikea Tankstellen für mit Gas betriebene Fahrzeuge in Lommila, Espoo und Porttipuisto, Vantaa in Finnland. Ikea möchte durch diese Kooperation als gutes, weithin sichtbares Vorbild vorangehen.

Die Menge CNG-betriebener Fahrzeuge in Finnland steigt, und Gasum möchte durch zusätzliche CNG-Tankstellen einen CO₂-armen Verkehr fördern. Weiterhin arbeiten Ikea und Gasum gemeinsam daran, Biogas aus den anfallenden Essensresten aller Ikea-Restaurants Finnlands zu gewinnen. Ihre Ziele dabei sind, Bioabfall zu recyceln und Ikea-Kunden die Möglichkeit zu bieten, mit Treibstoff zu fahren, der aus ihren eigenen Essensresten gewonnen wird.

Seit ihrer Eröffnung haben die Tankstellen bis 2019 Treibstoff für mehr als 5 Mio. Kilometer zurückgelegter Strecke geliefert und dabei, verglichen mit fossilen Kraftstoffen, etwa 600 Tonnen CO₂ eingespart. Von diesem Erfolg bestärkt, werden sie nun weitere CNG- und LNG-Tankstellen in Finnland und Schweden errichten, an denen Biomethan getankt werden kann.



Fotos von: Gasum Oy

TINE's Klimaprogramm KUKRAFT führt zum nachhaltigsten Nahrungsmitteltransport der Welt

TINE, ein führender norwegischer Lieferant von Milchprodukten, hat KUKRAFT entwickelt, um ihre Fahrzeuge mit erneuerbaren Energien zu betreiben. Damit steht es für den nachhaltigsten Nahrungsmitteltransport der Welt, indem es mit umweltfreundlichem, aus Kuhdung produziertem Biogas fährt. TINE's Milchkühe tragen am meisten dazu bei, dieses Ziel zu erreichen. Und die Nutzung des eigenen Kuhdungs hilft nicht nur der Umwelt, sondern bietet auch neue Möglichkeiten für Milchbauern und für TINE selbst, als Energieproduzent aktiv zu werden.

Der Dung einer Kuh, gemischt mit Bioabfall, liefert genug Biogas, um einen PKW 25.000 km zu bewegen. Weiterhin entstehen die CO₂-Emissionen der Rinderhaltung reduziert. In anderen Worten bedeutet das, dass durch die Nutzung von aus Kuhdung produziertem Biomethan jedes Glas Milch, jede Autofahrt und schließlich auch jede Kuh umweltfreundlicher wird. Darüber informiert TINE auf ihren Milchpackungen. Mittels Anzeigen wird über das Projekt informiert.

Fotos: TINE



- **Ziel:** neue Möglichkeiten für Landwirte bieten, Biogas aus Kuhdung als nachhaltigen Kraftstoff für den Nahrungsmitteltransport nutzen
- **Stakeholder:** TINE, Landwirte, Milchkunden
- **Strategien:** informieren durch Aufschriften auf Produkten und Lastwagen
- **Link:** <https://www.tine.no/om-tine/b%C3%A6rekraft/ressurser-og-miljo/tine-gir-full-gass-p%C3%A5-kum%C3%B8kk>



Fotos: Audi

Audi wird CO₂-neutral durch Audi e-gas

Seit 2014 arbeitet Audi an der Reduktion ihrer CO₂-Emissionen. In ihren Fabriken werden Technologien eingesetzt um Wasserverbrauch, Luftverschmutzung und Recycling zu optimieren.

Ein Beispiel der Aktivitäten ist die Einführung von Audi e-gas. Das CO₂ von Biogasanlagen wird genutzt, um durch die Reaktion mit Wasserstoff aus Strom erneuerbares Methan herzustellen. Die Stromerzeugung erfolgt in Windkraftanlagen. Die Verkaufsstrategie ist, das e-gas mit dem Audi A3 Sportback g-tron-Modell zu verbinden.

Der Autohersteller bietet seinen Kunden gleich im Paket mit dem Auto klimafreundliches Audi e-gas an. Die Kunden zahlen an den vorhandenen CNG-Tankstellen dann nur handelsüblichen Erdgaspreis. Mit diesem Geschäft reduziert Audi die CO₂-Emissionen der g-tron-Fahrzeuge um 80%. Audi erweiterte sein Angebot um zwei neue Modelle: den A4 Avant g-tron und den A5 Sportback g-tron. Für beide gilt das Biogas-Angebot.



- **Ziel:** CO₂-Neutralität erreichen und Kunden zur Nutzung von Audi e-gas anregen
- **Strategie:** Verkauf von erneuerbaren Kraftstoffen mit CNG-Autos im Paket
- **Effekt:** Fahrzeughalter der betreffenden Modelle bevorzugen die Nutzung von e-gas, weil es keinen Preisunterschied zu Erdgas gibt, e-gas aber umweltfreundlicher ist.



Fotos: OrangeGas

Die Strategie von OrangeGas zum Verkauf von erneuerbarem Biomethan-Gas

Die niederländische Firma OrangeGas sind die ersten, die ausschließlich erneuerbares Gas an ihren Tankstellen anbieten. Mit über 50 Tankstellen sind sie auch in Deutschland und Belgien aktiv.

OrangeGas wirbt durch verschiedene, innovative Strategien. Sie arbeiten mit VIPs, zum Beispiel dem niederländischen Sänger Roos Blufpand, um ihre Botschaften zu senden. Um die Kunden, die herkömmliche Kraftstoffe tanken auf ihr nachhaltiges Gas aufmerksam zu machen, bieten sie beispielsweise kostenlose Staubsauger für die Fahrzeuge an, die gerade Biomethan tanken – und verkürzen damit die Wartezeit.

Eine weitere interessante Strategie von OrangeGas ist eine App, in der Punkte gesammelt werden können. Mit diesen Punkten können in den umweltfreundlichen Shops von OrangeGas Produkte erworben werden. Diese Shops gibt es an jeder OrangeGas-Tankstelle, sodass sie somit zusätzlichen Anreiz für die Kunden bieten.

- Ziel: Verkauf von PKW-Treibstoff
- Stakeholder: Fahrzeughalter
- Strategie: Vermarktung durch Vorteile, die mit dem Kauf einhergehen
- Effekt: Biomethan wird herkömmlichen Kraftstoffen vorgezogen



UPS – größter Biomethankauf der Geschichte in den USA

Um die UPS-Flotte in den USA der Klimaneutralität nahe zu bringen hat UPS für die Zeit 2019-2024 Biomethan im Äquivalent von 38 Mio. Liter Diesel eingekauft und betreibt damit mehr als 5.000 CNG- und LNG-Fahrzeuge. 2025 ist der UPS-Transport in den USA zu 40 % fossilfrei.



Trash to Gas

Renewable natural gas (RNG), or biomethane, is derived from many abundant renewable sources, including decomposing organic waste in landfills, wastewater treatment, and agriculture. RNG can be used in any natural gas vehicle. Our commitment to investing in natural gas infrastructure offers a unique opportunity to use this fuel in our extensive fleet.

Methane gas is pulled from acres of buried waste before it is released into the atmosphere as a greenhouse gas emission that is 28 times more damaging to the ozone than CO₂.



Methane is purified and processed into RNG.



RNG is distributed across the country through existing natural gas infrastructure.



RNG displaces conventional fuel and its associated carbon emissions.



The total production and use of RNG results in GHG emissions that are up to 90% less than with diesel.

Beispiele für Biogas-Marketing und -Branding: Sichtbarkeit



Foto: Biogasakademien



KOMPETENZNETZWERK BIOGAS

**UNSERE EXPERTISE FÜR
MAXIMALE ERTRÄGE!**

freie Berater für Biogas und Biomethan



Institut für Biogas
Kreislaufwirtschaft & Energie

Service- und Ingenieurdienstleistungen im Biogassektor

Möglichst über Ihren Energieversorger
RICHTER  **ECOS**
Service für Energieversorger

Planer und Berater rund um den Betrieb von Biogasanlagen

Ingenieurbüro für Energietechnik
Nießl

Dienstleister für komplette Betriebsführung von Biogasanlagen

 **RegPower** GmbH

www.biogaskompetenz.de



E.ON engagiert sich für die Energie- und Verkehrswende.

E.ON Bioerdgas GmbH betreibt fünf eigene Biogasanlagen und handelt mit Biomethan, insbesondere werden bundesweit CNG-Tankstellen beliefert.

E.ON Gas Mobil GmbH betreibt 108 Erdgasbetankungsanlagen auf öffentlichen Mineralöltankstellen.

Zusammen, aber auch einzelnen, decken wir mit beiden Gesellschaften garantiert, verlässlich und nachhaltig das Angebot an biogenem Kraftstoff in Form von CNG ab. Unser Kraftstoff hat einen minimalen CO₂-Fußabdruck; geringste Stickoxid- und

Feinstaubwerte sind bei CNG per se garantiert.

Stetig bauen wir als EON unsere Wertschöpfung aus und stehen für verlässliche Kraftstoffkosten und eine klare Kundenorientierung mit dem zukunftsweisenden Kraftstoff CNG. Daran lassen wir uns messen.



Ihr Partner für Bio-Erdgas

e-on

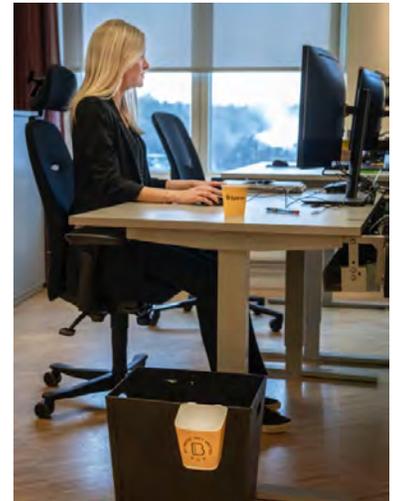
Wir handeln mit Bio-Erdgas
Als Händler bieten wir Ihnen Komplettleistungen rund um das Produkt Bio-Erdgas.

Wir kaufen Ihr Bio-Erdgas-BHKW und Stilllegungsnachweise
im Leistungsbereich von 150 kW_e bis 2 MW_e und einer Inbetriebnahme vor 2014.

Wir beraten Sie gerne – sprechen Sie uns an. info.bioerdgas@eon.com



Fotos: Biogasakademien



Schwedisches Biogas-Logo für vielseitigen Gebrauch

Biogas Biogas Akademin hat es sich zur Aufgabe gemacht, Biogas klarer sichtbar zu machen. Dafür wurde ein Biogas-Logo entwickelt und auf verschiedenste Wege erklärt, wo Biogas herkommt, und wofür es verwendet werden kann. Je mehr Menschen mit Biogas fahren und ihren Bioabfall in erneuerbare Energie und organischen Dünger umwandeln, desto besser. Biogasakademien arbeitet mit Restaurants, Hotels, Schulen, Krankenhäusern, Flughäfen, Bahnhöfen, Unternehmensberatern, Universitäten, Energieversorgern und vielen anderen Institutionen zusammen, um Biogas öffentlich erkennbar und die Abfallproduzenten oder Nutzung stolz auf ihren Beitrag zur Kreislaufschließung zu machen. Außerdem stellen sie das Logo öffentlich zur Verfügung, um Unternehmen die Nutzung zu erleichtern und Zeichen zu setzen – mit dem Ziel weltweit ein einheitlich erkennbares Symbol mit Wiedererkennungswert bereitzustellen.

1. Biogas im Büro

Biogasakademien arbeitet unter anderem mit BillerudKorsnäs, einem Papierhersteller, der in Sachen Nachhaltigkeit unter den besten 10% ist sowie Epiroc, einer in 150 Ländern aktiven Bergbaufirma, zusammen. Ihre Idee war, ein Nachhaltigkeitsbewusstsein im alltäglichen Arbeitsleben zu etablieren und zu verstärken. An der Seite jedes Bürotisches befindet sich ein kleiner Abfalleimer mit dem Biogas-Logo, in welchem Teebeutel, Bananenschalen und anderer Bioabfall gesammelt wird. Im Speiseraum befindet sich das Biogas-Logo, ebenso wie Anleitungen zur Mülltrennung, auch auf größeren Abfalleimern. Mittagstische sind mit table-talkers ausgestattet, auf welchen die Angestellten z.B. über die Herkunft der Energie an ihren Schreibtischen informiert werden, worüber sie vorher kaum etwas gewusst hatten. Somit wird ein Bewusstsein für Biogas und Nachhaltigkeit durch simple, alltägliche Abläufe vermittelt.



2. Biogas in Restaurants

Das Biogas-Logo wird für den Guld for Sverige (Gold für Schweden) -Award genutzt. Dieser wird an Restaurants, Cafés und Bäckereien verliehen, die ihre Küchenabfälle so gründlich trennen, dass sie zu Biogas aufbereitet werden können.

Beispiele dafür sind Stadshuskällaren, ein edles Restaurant in Stockholm oder Gateau Djurholms, eine regionale Bäckerei mit Coffee Shop in der Vorstadt Djurholmen. An den Eingängen beider Restaurants ist das Biogas-Logo, ebenso wie die Sterne, zu sehen. Dies zeigt, dass das Restaurant sich verpflichtet, Küchenabfälle zu trennen und Biogas zum Kochen und/oder als Energiequelle zu nutzen. Im Inneren des Restaurants befindet sich ein Zertifikat, welches die Kunden und Mitarbeiter über die Nutzung von Biogas informiert, und ebenfalls das Logo trägt. In der Küche gibt es klare Anweisungen zur Mülltrennung.



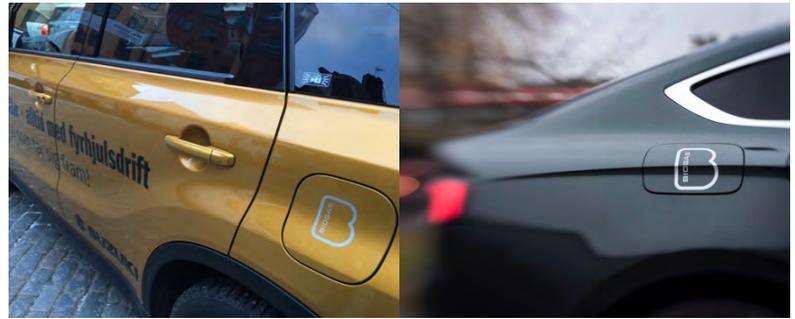
3. Biogas im Autohandel

Für schwedische Autohändler wurde eine Biolounge entwickelt, eine VIP-Lounge für Kunden, die über den Kauf eines CNG-Autos nachdenken. Mehr als 80 % des als Fahrzeugkraftstoff genutzten Gases in Schweden ist Biomethan. Der Kauf eines CNG-Autos bedeutet somit, dass der Fahrzeughalter Biogas nutzt. Der Plan der VIP-Lounge ist, dass sich Käufer von CNG-Autos privilegiert fühlen, weil sie zu einer nachhaltigen Entwicklung beitragen.

Mit dem Biogas-Logo versehene CNG-Autos von VW und Fiat, sind Teil einer Automobilausstellung in Schweden. Dazu stehen Informationen über die Vorteile der Nutzung von CNG zur Verfügung. Anlässlich besonderer Events, wie zum Beispiel dieser Ausstellung, gibt es auch Luftballons mit dem Biogas-Logo. Sogar die Toiletten in dieser Ausstellung werden zur Information genutzt: „Haben Sie vor, einen Fiat zu betanken, oder wollen Sie einfach nur pinkeln gehen?“

4. Biogas auf den Straßen

In Schweden begegnet man Biogas oft auf den Straßen. Ungefähr 500 mit Biogas fahrende Taxis tragen Aufkleber. Busse in Jönköping und Örebro, Västmanlands län, die mit Biogas fahren, tragen ebenfalls das Logo. Außerdem klebt das Logo an auf Biogas umgerüsteten Suzukis und g-tron-Audimodellen.



5. Biogas im Alltag

Auch im Alltag findet man das Biogas-Logo. Menschen, die sich näher mit dem Thema Biogas beschäftigen, können das Logo auf ihren Smartphones, Laptops oder Autos anbringen. Fußballteams können die Werbung von Biogas mit dem Logo auf ihrem Trikot tragen. Vom Großen zum Kleinen wird das Logo von Biogas Akademin dazu beitragen, eine bessere Akzeptanz für Biogas zu schaffen und es damit einfacher zu vermarkten



- **Ziel:** Bewusstsein für Biogas wecken – immer und überall
- **Stakeholder:** Biogas Akademin, Svensk Biogas, Biogas Öst, SRV Återvinning, Energikontor Norra Småland, Scandinavian Biogas Fuels, Widrikssons Åkeri, Syvab, Gryyab, Käppalaverket und viele mehr
- **Strategie:** Nutzung des Biogas-Logos
- **Effekt:** das Logo ist leicht sichtbar und hat hohen Wiedererkennungswert, somit können mit Biogas arbeitende Firmen leicht erkannt werden
- **Link:** <http://www.biogasakademin.se>

- **Ziel:** Verwertung von Bioabfall und Mist, Klimaziele erreichen, lokale Nährstoffkreislaufführung mit Demonstration
- **Stakeholder:** Vesar, Greve Biogas, Lindum, Einwohner und Schulkinder
- **Strategie:** Bau von Besucher- und Wissenszentrum
- **Effekt:** Besucher erweitern ihr Wissen über Biogas



Fotos: Lindum



Die Magic Factory In Norwegen

Die Magic Factory ist eine Biogasanlage, die Bioabfall und Mist in umweltfreundlichen Biotreibstoff und wertvollen organischen Dünger verwandelt. Die Anlage hat eine Kapazität von bis zu 50.000 Tonnen Bioabfall und 60.000 Tonnen Dung, woraus Biogas zur Substitution von bis zu 6,8 Mio. Litern Diesel pro Jahr resultiert.

Die Idee hinter der Magic Factory ist es, Kreislaufwirtschaft und die daraus entstehenden Klimavorteile vorzuleben und der regionalen Bevölkerung nahezubringen. Vor Ort wird u.a. Gemüse für die Region in Gewächshäusern produziert, das auf Kompost, der aus Bioabfall entstanden ist, wächst und mit flüssigen Gärresten mit Nährstoffen versorgt wird.

Das CO₂ aus der Biogasaufbereitung wird zur CO₂-Düngung in den Gewächshäusern eingesetzt, was ganz direkt die Treibhausgas-Emissionen zusätzlich reduziert. Die Magic Factory ist als Wissenstransferzentrum konzipiert, in dem ganz praktischer Unterricht zum Thema Recycling und erneuerbare Energien stattfindet. Ziel ist u.a., dass jeder Schüler der Region vor Ort den Stoff- und Energiekreislauf selbst kennengelernt hat.

Biogas aus der Sicht erfolgreicher Unternehmer: Ketil Stoknes



KETIL STOKNES

*Projektleiter Forschung und Entwicklung bei
Lindum, Norway*

Ketil Stoknes ist der Leiter für Forschung und Entwicklung bei Lindum, Norwegen, und sein Unternehmen ist in das Magic Factory Projekt involviert. Er ist verantwortlich für die Erzeugung von insgesamt 80-90 GWh aufbereitetes Biomethan.

Eines der Dinge die Ketil gerne betont: „Biogas ist Kreislaufwirtschaft und viel mehr als nur eine Vision. Es ist eine Lösung für viele Dinge und wird zukünftig wichtig sein.“ Er verbreitet diese Idee auch gerne um Kunden zu überzeugen Biogas zu nutzen. „Es ist nicht nur das Biogas, das wir nutzen können. Auch der Gärest hat einen Wert. Das aus dem Biogas abgetrennte CO₂ wird im Magic Factory Projekt in Gewächshäusern genutzt. Reststoffe werden behandelt und Nährstoffe als Dünger genutzt – der gesamte Produktionskreislauf ist nützlich.“ Er lässt seine Kunden auch gerne wissen, dass Biogas viel effizienter in Bezug auf die CO₂ Einsparung ist als andere Biokraftstoffe.

„Biogas ist Kreislaufwirtschaft, viel mehr als nur eine Vision. Es ist eine Lösung für so viele Dinge, und sie wird in Zukunft wichtig sein.“

Laut Ketil hat Biogas in Norwegen das Potenzial in 10 Jahren der Kraftstoff für größere Fahrzeuge und Schiffe zu sein. „Es gibt in Norwegen schon eine signifikante Anzahl an Fahrzeugen die LNG nutzen. Das macht es einfacher, sie von LBG zu überzeugen.“

Er hofft, dass die Öffentlichkeit Biogas immer für eine nachhaltige Energieversorgung berücksichtigen wird.

Auch wenn Norwegen bei der Nutzung von Biogas als Kraftstoff sehr fortschrittlich ist gibt es einige Herausforderungen im Marketing. Ketil erklärt, dass heutzutage in Norwegen Elektrizität und Wasserstoff häufiger mit alternativen Treibstoffen in Verbindung gebracht werden. „Biogas ist besser als andere erneuerbare Kraftstoffe und kann fossiles Erdgas ersetzen, aber die Politik geht einen anderen Weg.“

Wie auch immer, wir können zum Beispiel Biogas über den Dünger aus dem Gärest fördern wie wir es bereits mit dem Magic Factory Gewächshaus tun, da der Einsatz von konventionellem Dünger viele negative Auswirkungen auf die Umwelt und die Landwirtschaft hat.“ Um das noch zu toppen wird CO₂ abgetrennt und genutzt – und dadurch ein Level an CO₂ Einsparung erreicht, das schwer zu übertreffen ist.

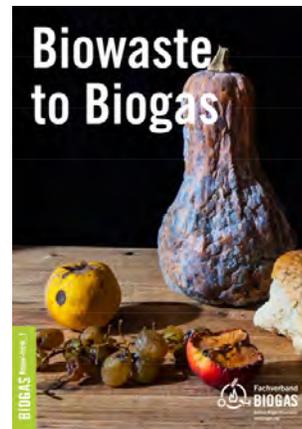
Ideen zum Biogas-Marketing vom Fachverband Biogas

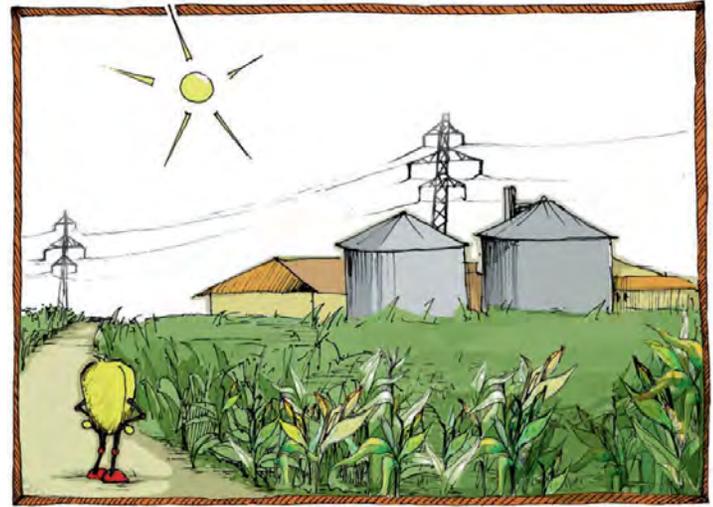
Der Fachverband Biogas e.V. vertritt die deutsche Biogas-Industrie. Es ist die größte Biogas-Organisation europaweit. Mit ihren Aktivitäten zur Öffentlichkeitsarbeit versuchen sie jede Altersgruppe, angefangen bei kleinen Kindern, zu erreichen.

Der Fachverband Biogas publiziert eine Vielzahl informativer Hefte: Biogas to Go, Biowaste to Biogas usw. die alle kurze, leicht verständliche Erklärungen enthalten. Die Ausgaben gibt es sowohl online als auch auf Papier. Weiterhin werden Schilder zum Anbringen an Biogasanlagen, viel befahrenen Straßen oder auch Schulen angeboten. Diese Schilder erklären, dass Biogas erzeugt oder zum Heizen genutzt wird, regen zur Reduktion der CO₂-Emissionen an und vieles mehr.

Kleinere Schilder oder Aufkleber gibt es außerdem für Autos oder private Haushalte. Die Schilder zeigen, dass mit Biogas gefahren oder geheizt wird, Aufkleber auf Abfallbehältern erklären, wie aus Bioabfall Biogas wird.

Außerdem veranstaltet der Fachverband Biogas eine jährliche Biogas-Bus-Tour. Ein dafür entworfener, mit Biogas betriebener Bus fährt durch Deutschland, um ein Bewusstsein für Biogas zu schaffen. Der Bus transportiert kleine Ausstellungen zum Thema, die durch die Mitarbeiter erklärt werden. Er steht meist auf Marktplätzen, Messen oder anderen Events.





Fotos von: Fachverband Biogas e.V.

- **Ziel:** Bewusstsein für Biogas in allen Altersgruppen schaffen
- **Stakeholder:** Schulen, Einwohner, Kinder, Verbandsmitglieder
- **Strategie:** Nutzung von Schildern und Aufklebern, Biogas-Bus-Tour, Comic für Kinder, Kurzfilme, Publikationen
- **Link:** <https://www.biogas.org/>

Während sich die vorangehenden Beispiele an Erwachsene richten, gibt es andere Wege für den Fachverband Biogas, um jüngere Generationen zu erreichen. Für Grundschul Kinder wurde ein Biogas-Comic veröffentlicht, während für ältere Schüler ein Kurzfilm mit dem Athleten Georg Hackl gedreht wurde. Der 25-minütige Film handelt von erneuerbaren Energien und kann im Unterricht angewendet werden. Er ist sowohl auf DVD als auch kostenlos auf YouTube und Vimeo verfügbar.





Foto: Hannes Neubauer | Landkreis Bayreuth 2013



Foto: David Mannstein & Maria Vill | Gerhard Neubauer 2013

- **Ziel:** Aufmerksamkeit auf Biogas lenken
- **Stakeholder:** Künstler, Region Bayreuth, Touristen, Einwohner
- **Strategie:** Entwurf von Kunstwerken, um über erneuerbare Energien zu informieren
- **Effekt:** die Einwohner und Besucher Bayreuths werden durch Kunst informiert
- **Link:** <http://energy-in-art.de/>

Energy-in-art, Bayreuth

Energy-in-art ist ein Projekt, das Aufmerksamkeit erregen und ein Bewusstsein für erneuerbare Energien wecken will. Es nutzt Kunst als Mittel, um diese Ziele zu erreichen. Bekannte Künstler, ebenso wie die Einwohner Bayreuths und der Region werden gebeten, Kunstprojekte wie Skulpturen, Filme oder interaktive Installationen zu gestalten oder sich an Workshops zu beteiligen. Die Ergebnisse der Workshops sind auf der Website zu finden, was mehr Menschen dazu bringt, sich zu beteiligen. Die Skulpturen sind in und um Bayreuth zu sehen.

Drei der bedeutendsten Skulpturen, die Holzmantel, Photosymbiose und Indikator genannt werden, stehen als Sehenswürdigkeiten an Orten in der Stadt, wo sie viel Aufmerksamkeit auf sich ziehen.

Das Projekt wird vom Landwirtschaftsministerium, dem Europäischen Landwirtschaftsfond für die Entwicklung des ländlichen Raums, der Stiftung Oberbayern und der Region Bayreuth finanziert. Die Kunstwerke wurden vom 02.-25. Juni 2015 in der RW21 in Bayreuth präsentiert.

„Success Stories“

– European Biogas Association

Beim Entwurf einer Biogasanlage gibt es immer Raum für Verbesserungen. Irgendwo auf der Welt findet Innovation statt, doch es ist schwer davon zu erfahren. Deshalb veröffentlichte die European Biogas Association ein Heft, das von gelungenen Entwicklungen und Erfahrungen in der Biogas-Branche berichtet.

Das Buch wurde 2016 erstmals publiziert, um Inspirationen für mit Unternehmen der Biogasbranche zu bieten, und wird jährlich aktualisiert. Es beschreibt weltweite Beispiele von Innovationen in den Bereichen von Biogas-Zusatzstoffen, Effizienz, Nutzung von Rohstoffen und Konstruktion von Biogasanlagen. Zu jedem Beispiel gibt es technische Daten, Informationen zur Anwendung, Ergebnisse sowie Kontaktdaten des verantwortlichen Unternehmens.

- **Ziel:** die praktische Anwendung weltweiter Biogas-Fortschritte zeigen
- **Stakeholder:** Mitglieder der European Biogas Association und Interessenten
- **Strategie:** Anbieten eines Heftes über Neuerungen, inklusive nützlicher Details und Kontaktdaten
- **Zusätzlicher Link:**
<http://european-biogas.eu/wpcontent/uploads/2018/02/S>





- **Ziel:** Unternehmen bei der Umstellung auf eine erneuerbare Energieversorgung mit grünen Gasen unterstützen
- **Zielgruppen:** Industrie, Stadtwerke, Energieversorger, Wohnungsbaugesellschaften, Betreiber von BHKW
- **Strategie:** Entwicklung individueller Energiekonzepte für eine wirtschaftliche Umstellung auf grüne Gase
- **Link:** www.bmp-greengas.de

Für eine grüne Zukunft mit grünen Gasen: bmp greengas

bmp greengas ist Deutschlands führender Vermarkter für Biomethan und Experte für grüne Gase. Seit mehr als 10 Jahren entwickelt das Unternehmen klimafreundliche Innovationen für eine CO₂-neutrale und wirtschaftliche Energie-Zukunft. Ganz konkret unterstützt bmp Unternehmen bei der Umstellung auf eine nachhaltige Energieversorgung mit Biomethan, grünem Wasserstoff, Bio-SNG und Bio-LNG. Die Einsatzgebiete sind dabei vielfältig: ob in der Kraft-Wärme-Kopplung, der Mobilität, der thermischen oder stofflichen Verwertung.

Als Tochterunternehmen der Erdgas Südwest GmbH und Teil des EnBW-Konzerns verfügt bmp über ein großes Netzwerk an Partnern – und deckt die gesamte Dienstleistungskette vom Transport über die Bilanzierung bis zur ausfallsicheren Lieferung von grünen Gasen ab.



Vermarktungsstrategien eines Marktführers: Matthias Kerner

Matthias Kerner ist der Geschäftsführer der bmp greengas GmbH mit Sitz in München. Mit einem Portfoliovolumen von mehr als 3 TWh/a ist das Unternehmen Marktführer im deutschen Biomethangeschäft.

„Die Energiewende ist ohne Zweifel eine der größten Herausforderungen unserer Zeit und gleichzeitig hochkomplex“, betont Matthias Kerner. Um sie flächendeckend erfolgreich voranzutreiben, braucht es seiner Ansicht nach simple und vor allem wirtschaftliche Lösungen, die Unternehmen schnell umsetzen können. „Grüne Gase sind dafür perfekt geeignet! Denn sie sind schnell verfügbar, in allen Sektoren einsetzbar und bringen kaum CO₂-Belastung mit sich.“

Genau deshalb setze bmp greengas auf maßgeschneiderte Lösungen und Produkte – und auf eine klare Sprache: „Wir legen großen Wert auf einen partnerschaftlichen Umgang mit unseren Kunden. Dazu gehört auch eine Kommunikation auf Augenhöhe, die komplexe Themen für beide Seiten verständlich macht. Das spiegelt insbesondere unsere stringente Bildsprache wider, die Zusammenhänge mittels Icons auf das Wesentliche reduziert und beim Namen nennt.“

MATTHIAS KERNER
Geschäftsführer
bmp greengas GmbH



Wie wichtig die Bildsprache nicht nur als visuelles Alleinstellungsmerkmal, sondern als Bestandteil der gesamten Unternehmenskommunikation ist, macht Matthias Kerner mit Blick auf die Mission von bmp deutlich:

„Wir sind überzeugt, dass wir mit grünen Gasen einen wertvollen Beitrag zur Energiewende leisten können. Je mehr Menschen das verstehen, desto größer der Effekt – denn nur gemeinsam können wir für eine grüne Zukunft handeln. Die visuelle Sprache spielt dabei eine zentrale Rolle!“

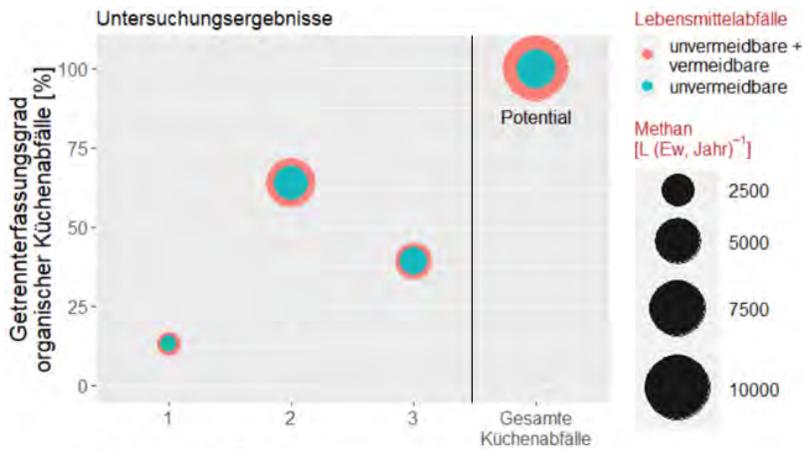
Komplexe Themen einfach erklärt, das steht für bmp auch in den sozialen Medien im Fokus. „Wir müssen über die Energiewende und die damit verbundenen Potenziale und Bedenken dort sprechen, wo die Menschen sind.“ Über Twitter, Facebook und Co. will bmp sie konsequent in ihren Alltag tragen und so Wissen auf und Vorurteile abbauen. „Das braucht Zeit, aber schafft nachhaltige Akzeptanz. Genau das brauchen wir!“, so Matthias Kerner.

 /bmp.greengas.GmbH

 /bmp_greengas

 /bmp-greengas-gmbh

 /bmpgreengasgmbh



Ablauf der Untersuchung:

- 1) Ex-Ante Situation: Herkömmliches Biotonnensystem
- 2) Vorsortierer 3 mal wöchentlich eingesammelt & gereinigt
- 3) Vorsortierer & herkömmliches Biotonnensystem



Dieses Vorhaben erhält eine Förderung von der Europäischen Union im Rahmen des EU-Forschungs- und Innovationsprogramms unter der thematischen Agreements-Nummer 101019150 (DECISIVE). www.decisive2020.eu

Biogaspotenzial hängt von der Sammelmethode ab TU Hamburg

Heute werden trotz Biotonne erst 27 % des verfügbaren organischen Küchenabfalls erfasst – der Rest landet in der Restmülltonne. Das ist keine zukunftsfähige Lösung finden Steffen Walk und Ina Körner von der TU Hamburg-Harburg und forschen an kreativen Konzepten für die Nutzung der wertvollen Ressource.

Tests mit einem neuen Sammelsystem in Lübeck haben gezeigt, dass die Sammelmenge an Küchenabfällen in der Getrenntfraktion der Bioabfälle um den Faktor 4,5 bis 6 erhöht werden können und somit bis zu 66 % aller Küchenabfälle einer Biogasanlage zugeführt werden können, die gleichzeitig noch ein deutlich höheres Biogasproduktionspotenzial aufweisen als die üblichen Biotonnen-Inhalte.

Die neuen Bioabfallbehälter werden dreimal wöchentlich abgeholt und gereinigt zurückgegeben. Die Ergebnisse sprechen deutlich für ein neues, nutzerfreundliches Sammelsystem – durch weitere Optimierung wird eine weitere Verbesserung erwartet.

Zusätzlich wurde das Potential vermeidbarer Küchenabfälle bestimmt und die Auswirkungen bei vollständiger Reduzierung, d.h. einem ausschließlichen Verbleib unvermeidbarer, nicht-essbarer Küchenabfälle, auf die Biogasproduktion ermittelt.

- **Ziel:** Kreislaufwirtschaft steigern
- **Stakeholder:** Abfallentsorgungsfirmen, Einwohner
- **Strategie:** durch innovative Sammelsysteme mehr Bioabfall recyceln
- **Effekt:** die Einwohner sind besser informiert und erkennen den Nutzen der Getrenntsammlung

Links: www.tuhh.de/aww

<http://www.decisive2020.eu/>
https://cest2019.gnest.org/sites/default/files/presentation_file_list/cest2019_00484_oral_paper.pdf





- **Ziel**
Arbeitgebermarke stärken, Begeisterung für die Energiewende wecken & Nachwuchs in der Biomethanbranche fördern
- **Zielgruppe**
Potenzielle Bewerber*innen
- **Strategie**
Schlichtes, klares Design, Naturbezug in Design & Giveaways
- **Link**
landwaerme.de/karriere

Employer Branding bei **Landwärme**: Mit Biomethan jeden Tag die Welt ein Stück grüner.

Landwärme ist als Biomethanhändler und Dienstleister europaweit tätig. Als Händler beliefert das Unternehmen hunderte Energieversorger und Stadtwerke mit dem grünen Gas für den Einsatz im Strom-, Wärme- und Verkehrssektor. Als Dienstleister steht Landwärme entlang der gesamten Wertschöpfungskette beratend zur Seite: zu Biomethanherzeugung, -transport, Vergütungsansprüchen oder Treibhausgasquoten.

Um Biomethan langfristig in der Energieversorgung zu sichern, braucht es nicht nur harte Arbeit und politischen Willen, sondern vor allem auch: Nachwuchs, der für die Sache brennt. Dazu setzt Landwärme in seinem Employer Branding auf die Strahlkraft der Erneuerbaren Energien: Das Unternehmen will für Klimaschutz begeistern und engagierte Talente motivieren, aktiv die Energiewende mitzugestalten. Dabei gilt es, die schlummernden Potenziale von Biomethan im Umweltschutz aufzuzeigen und von der guten Sache zu überzeugen. Im Design unterstreichen natürliche Farben und Motive von blühenden Feldern die Botschaft und stellen gleichzeitig den Bezug zur Landwirtschaft her. Ganz im Sinne der regenerativen Energie sorgen Anti-Kater-Drinks mit natürlichen Inhaltsstoffen auf Absolventenkongressen für den gewissen Twist: Anti-Handover-Shots gegen den Kater nach der Absolventenparty. Und Biomethan für die Energiewende.

Biogas aus der Sicht erfolgreicher Unternehmer: Frank Scholwin



FRANK SCHOLWIN

*Geschäftsführer des Instituts für Biogas,
Kreislaufwirtschaft und Energie, Germany*

Im Vergleich zur praktischen Biogasproduktion im Hintergrund bleibend gibt es jemanden, der für das Anlagendesign verantwortlich ist und der sicherstellt, dass die Anlage effizient funktioniert- der Biogasberater. In diesem Bereich haben wir Frank Scholwin, den Geschäftsführer des Instituts für Biogas, Kreislaufwirtschaft und Energie interviewt. Er ist an der Beratung von Biogasprojekten beteiligt, die bis zu 300 GWh im Jahr in Form von Strom, Wärme, Biomethan und LBG erzeugen

„Biogas ist eine faszinierende Technologie um erneuerbare Energie bereit zu stellen und löst gleichzeitig große Umweltprobleme“ sagt Frank, wenn er nach seinen Gründen auf Biogas zu setzen gefragt wird. Er glaubt außerdem, dass die Entwicklung von Biogas als Kraftstoff und in der Wärmeerzeugung in den nächsten 10 Jahren sehr vielversprechend sein wird. Auf Grund der fortschrittlichen Technik im Bereich der erneuerbaren Energien glaubt er, dass Biogas zu wertvoll ist um nur Strom zu erzeugen. Biogas ist das Mittel der Wahl, wenn es keine machbare Alternative mit geringen Treibhausgasemissionen gibt.

„Biogas ist eine faszinierende Technologie um erneuerbare Energie bereit zu stellen und löst gleichzeitig große Umweltprobleme.“

Ein Bewusstsein der Gesellschaft für Biogas ist wichtig. Frank ist sich sicher, dass seine Nachbarn etwas darüber wissen, zumindest hat er ihnen schon davon erzählt, auch wenn

ihnen nicht bewusst ist, dass sie schon Biogas nutzen, da ungefähr 10 % der Elektrizität aus Biogas stammen.

Natürlich gibt es auch Herausforderungen. „Biogas ist keine Marke – die Leute verbinden damit sehr unterschiedliche Dinge.“ Frank meint, dass nicht jeder über Biogas Bescheid wissen muss, aber es sollte allgemeinen bekannt sein, dass Biogas eine Lösung für die Energieversorgung, den Klimaschutz sowie für Abfall- und Abwasserbehandlung ist. „Wir sollten nicht warten bis die Politik Biogas fordert, sondern schon heute Lösungen anbieten“ fügt er hinzu.

Nach seinen überzeugendsten Ideen für das Marketing gefragt gibt Frank mehrere Antworten „Biogas ist nicht nur eine Lösung für die Energieerzeugung – es löst mehrere Probleme,“ sagt Frank. „Zum einen ist es erneuerbar und in vielen Fällen sogar CO₂ negativ.“ Er führt weiter aus, dass Biogas die beste Lösung für die Behandlung von Gülle, Mist und Klärschlamm ist, da der gebundene Kohlenstoff für die Energiegewinnung genutzt wird und es dazu beiträgt die enthaltenen Nährstoffe nahezu verlustfrei wieder dem Boden zuzuführen. Des Weiteren würde er sagen, dass Biogas die einzig technisch und ökonomisch machbare Lösung für den Schwerlastverkehr und für die Wärmeversorgung in dicht besiedelten Städten ist.



Beispiele für Biogas-Marketing
und Branding: Strom und Wärme

Polarstern zeigt, dass Biogas keine teure Alternative ist

Eines der größten Probleme bei der Vermarktung von Biogas ist, dass der Prozess für viele Menschen zu kompliziert ist und sie zusätzlich überzeugt davon sind, dass die Nutzung von erneuerbarer Energie grundsätzlich teurer ist als herkömmliche Energiequellen. Polarstern will durch gezielte Information und Aktion die Bevölkerung zu überzeugen, Gas, welches zu 100% aus Reststoffen hergestellt wird, zu nutzen.

Polarstern erläutert sehr ansprechend und kurz die Herstellung von Biogas, veröffentlicht Videos auf ihrer Website, die die Produktion von Biomethan erklären. Kundenbewertungen und –Kommentare werden ebenfalls auf der Website gepostet, um neue Kunden zu gewinnen. Weiterhin investiert Polarstern jährlich ca. 20 Euro pro Kunde in Biogasanlagen in Mali und Kambodscha und berichtet auf Twitter, ihrer Website oder per E-Mail über die Erfolge in einem sehr persönlichen Dialog mit den Kunden.

- **Ziel:** Verkauf von Biomethan
- **Strategie:** kostenlose Energiepreisrechner und Investitionen in Projekte mit Biogas Weltweit, Transparenz und gezielt einfache aber sehr persönliche Information
- **Effekt:** Kunden tragen ganz direkt zur weltweiten Energiewende bei
- **Link:**
<https://www.polarstern-energie.de/>

The screenshot shows a web form titled 'Wirklich Ökostrom' and 'Wirklich Ökogas' with a sub-header 'Ökostrom und Ökogas zusammen'. It is divided into two main sections: '1. Deine Postleitzahl' and '2. Dein Gasverbrauch'. Section 1 has a text input field for the postal code. Section 2 has two input fields: 'Wohnungsgröße in m²' with the value '50' and 'Jahresverbrauch in kWh' with the value '6250', separated by the word 'oder'. Below these fields are icons for a house and a gas meter, and a slider control. A prominent red button labeled 'Preis berechnen' is at the bottom. At the very bottom, there are two links: 'Ich habe eine Nachtspeicherheizung, eine Wärmepumpe oder einen Doppeltarifzähler >' and 'Ich bin Geschäftskunde, ein Verein oder eine Organisation >'.



Fotos: Polarstern GmbH



- **Ziel:** Artenvielfalt und Bienenlebensräume nachhaltig bewahren
- **Stakeholder:** Stadtwerke Nürtingen, Fachverband Biogas e.V., deutscher Berufs- und Erwerbsimkerbund (DBIB), Biosphärengebiet Schwäbische Alb und Deutschland summt
- **Strategie:** Kundenaussagen, kostenloser Energiepreisrechner
- **Effekt:** die Menschen sind überzeugt vom Wechsel zu Bienenstrom

Bienenstrom erhält Artenvielfalt im Kontext der Biogasproduktion

Das Projekt Bienenstrom wird von den Stadtwerken Nürtingen, dem Fachverband Biogas e.V., dem deutschen Berufs- und Erwerbsimkerbund (DBIB), Biosphärengebiet Schwäbische Alb und Deutschland summt unterstützt und zielt darauf ab, Artenvielfalt bei gleichzeitiger Nutzung von Biogas zu bewahren. Im Januar 2019 wurde es mit dem UN-Dekade Biologischer Vielfalt-Award ausgezeichnet.

Mit der wachsenden Nachfrage für Ackerfrüchte wie Mais wird mehr und mehr Land in landwirtschaftliche Anbaufläche verwandelt, was zu einem Rückgang der Artenvielfalt führt. Dies möchte Bienenstrom ändern. Maisfelder für Biomasse sollen in Blühfelder für Bienen verwandelt werden. Diese Blumen erzeugen letztendlich zwar weniger Biogas, sodass Kunden 1 Cent/kWh mehr zahlen müssen. Doch für die Kunden soll deutlich sichtbar sein, dass dieser Anteil den Bienen und ihrer Lebensgrundlage, den Blühpflanzen, zugutekommt.

Dennoch würde diese Idee ohne gutes Marketing nicht umsetzbar sein. Bienenstrom bietet kostenlose Strompreisrechner auf ihrer Website an, um Kunden eine Idee davon zu geben, wie viel sie tatsächlich zahlen würden. Auch präsentieren sie Kundenaussagen, um neue Kunden zu überzeugen.





Biogas zum Kochen von Stockholm Gas

Neben Kraftstoff, Elektrizität und Heizung kann Biogas auch zum Kochen verwendet werden.

Stockholm Gas hat kreative Ansätze für das Marketing gefunden. Stockholm Gas vertreibt im Wesentlichen Biogas zum Kochen und betreibt das Gasnetz in Stockholm, das ausschließlich mit Biomethan betrieben wird. Es wird mit Paul Svensson, einem beliebten Koch in Schweden, im April 2019 ein mobiler Essensstand eröffnet, dessen Herd mit Biogas betrieben wird. Weiterhin wurde ein mit Biogas betriebenes Instrument entwickelt: die Gasorgel. Diese begleitet den Sänger Grant in einem Musikvideo namens „Waterline“.

Außer dem Marketing durch bekannte Personen macht Stockholm Gas seinen Kunden ein attraktives Angebot, in welchem sie 10% Rabatt auf alle IGF-Produkte in den ELON Stenlunds- Läden in Solna und Södermalm bekommen.

- **Ziel:** Biogas zum Kochen und Heizen anbieten
- **Stakeholder:** bekannte Personen, Gasherd-Produzenten
- **Strategie:** Biogas in ungewöhnlichen, aber überzeugenden Situationen präsentieren- durch die Gasorgel oder den Essensstand
- **Effekt:** ein neues Bild von Biogas aufzeigen
- **Link:** www.stockholmgas.se

Fotos: Stockholm Gas



Foto: Scandinavian Biogas



Biogas-Marketing und Branding: Erfolgreiche Beispiele



Das Biomethan von Nature Energy ist aus ökologischer und wirtschaftlicher Sicht nachhaltig

Nature Energy aus Dänemark hat klare Ziele im Entwickeln und Betreiben von großen Biogasanlagen – lokal betrieben, aber zentral überwacht und hocheffizient.

Neben der Bereitstellung einer sauberen, alternativen Energiequelle bietet das Unternehmen ein Abfallwirtschaftssystem für regionale Bauern, womit sie die lokale Landwirtschaft und die Nutzung regionaler Produkte, z.B. mit gemeinsamen Broschüren unterstützen. Biogasanlagen helfen dabei, die verschiedenen erneuerbaren Energien miteinander zu integrieren. Der Schwerpunkt der Sichtbarkeit von Nature Energy liegt aber in der öffentlichkeitswirksamen lokalen Kooperation – mit Landwirten, Kommunen und der Industrie. Das schafft Akzeptanz und Kundenbindung.

Der Schlüssel ist, Diversität in der Biogas-Nutzung als alternative Energiequelle zu haben – hinsichtlich der Vermarktungspfade Wärme, Strom und Kraftstoff als auch hinsichtlich der Regionen – durch nationalen und internationalen Handel.



- **Ziel:** nachhaltige Produktion von Biomethan zur Einspeisung ins Gasnetz
- **Stakeholder:** Landwirte, Stadtverwaltungen, Gaserzeuger und –verbraucher
- **Strategie:** Biogas-Produkte auf konkrete Kundenwünsche abstimmen, lokale Zusammenarbeit, Kreislaufschließung
- **Effekt:** die Nutzung von Biomethan steigern

Biogas aus der Sicht erfolgreicher Unternehmer: Ole Hvelplund



OLE HVELPLUND

Geschäftsführer Nature Energy, Dänemark

Mit mehr als 2/3 hat Bioenergie einen großen Anteil an der Nutzung der erneuerbaren Energien in Dänemark. Zu dieser weiten Verbreitung leistet Nature Energy seinen Beitrag, indem es großtechnische Biogasanlagenprojekte entwickelt und konstruiert. Dabei werden an 8 Standorten etwa 100 Millionen m³ pro Jahr erzeugt.

Ole Hvelplund, Geschäftsführer von Nature Energy, glaubt, dass Biogas große Vorteile für die Zukunft bereithält. „Die Nutzung von Erdgas in Europa wird in den kommenden Jahren steigen. Wir werden eine nachhaltige und erneuerbare Alternative brauchen,“ betont er. „Biogas wird ein Ersatz für Erdgas sein. All unsere Biogasanlagen sind mit dem Erdgasnetz verbunden.“ Er meint, wenn Wind und Solar konventionelle Elektrizität ersetzen wir Biogas dies im Erdgassektor tun. Außerdem hat Biogas das Potenzial als Kohlenstoffquelle in der Produktion von Polymeren und Kunststoffen genutzt zu werden, denkt Ole.

Wie auch immer, wenn es um das Bewusstsein geht ist laut ihm noch viel zu tun um die Vorteile von Biogas bekannt zu machen. „Biogas ist nicht sehr bekannt – die meisten Leute denken es wird nur von Bauern aus Mist erzeugt und dann wird etwas Energie für den Eigenbedarf erzeugt. Aber industrielle Biogasanlagen, in denen das Gas aufbereitet und in das Erdgasnetz eingespeist wird, kenne Sie nicht.“ Neben den Problemen mit dem mangelnden Bewusstsein betont Ole auch die hohen Kosten für Elektrizität aus Biogas. Die Leute würden, in Bezug auf die Vor- und Nachteile bei der Erzeugung von Elektrizität, Biogas automatisch mit Wind- und Solarenergie vergleichen.

„Man sollte eigentlich überhaupt keinen Strom aus Biogas erzeugen. Biogas ist eine sehr flexible Energiequelle“ sagt Ole. „Nur wenn kein Wind weht und keine Sonne scheint. Es ist auch wichtig mit dem Erdgasnetz verbunden zu sein, damit Biogas vielseitig genutzt werden kann.“ Desweiteren betont er die Bedeutung von Gärresten als Dünger und die Nutzung als Kohlenstoffquelle um Polymere zu produzieren. Dadurch ermöglicht es schon heute eine Kreislaufwirtschaft.

„Biogas ist nicht sehr bekannt – die meisten Leute denken, es wird nur von Bauern aus Mist erzeugt und dann wird etwas Energie für den Eigenbedarf erzeugt. Aber industrielle Biogasanlagen, in denen das Gas aufbereitet und in das Erdgasnetz eingespeist wird, kennen Sie nicht.“

Um Leute von der Nutzung von Biogas zu überzeugen hat Ole einige gute Argumente, die er gerne anführt. „Als erstes, keine Auswirkungen auf das Klima“ sagt er. Zweitens, die ökonomische Sicht: All die Investitionen, die in Brenner, Boiler etc. getätigt wurden, sind nicht hinfällig. Es kann von Erdgas zu Biogas gewechselt werden, ohne die Anlagen wechseln zu müssen. Auch denkt er, dass Biogas sehr flexible ist. Auch wenn es regional produziert wird kann es gespeichert und dann dorthin transportiert werden, wo Energie benötigt wird.

Evonik wertet Deponiegas auf

Erneuerbares Biomethan aus Biomasse kann nach und nach fossile Brennstoffe ersetzen. Die Produktion von Biomethan kann durch getrennte Produktion von landwirtschaftlichem Abfall, kommunalen Abfällen und Abwasser verwirklicht werden – unabhängig von der verfügbaren Biogasmenge. Größte Flexibilität in der Nutzung wird aber erst durch Aufbereitung auf Erdgasqualität erreicht.

Die Effizienz der SEPURAN Green Technologie von Evonik hängt von der Größe der Biogasanlage ab und kann sowohl für niedrige als auch für hohe Gasmengen genutzt werden. Zum Beispiel nutzt Enerdyne in Lawrence, Kansas (USA) SEPURAN Green, um ca. 2500 Nm³/h Deponiegas in Biomethan umzuwandeln. Die Technologie verbesserte Enerdyne's schon bestehende Biomethan-Produktion aufgrund der niedrigen Verluste. Der Schweizer Anlagenproduzent Apex AG nutzt SEPURAN Green in Schönenenwerd an einer Kläranlage, die seit 2012 12 Nm³/h Biomethan aus ca. 20 Nm³/h Rohgas als Fahrzeugkraftstoff produziert.

Evonik kombiniert die Werbung für seine innovative Membran-Technologie für die Reinigung von Biogas mit der allgemeinen Idee von erneuerbarer Gasversorgung, und verbreitet diese über soziale Netzwerke wie Twitter oder YouTube.

- **Ziel:** Menschen von der Nutzung von Biomethan als nachhaltige Alternative zu fossilen Brennstoffen oder E-Mobilität überzeugen
- **Strategie:** Membrantechnologie für die effiziente Umwandlung von Biogas zu Biomethan; Anbieten von Biomethan als alternativen Treibstoff für Transport und Logistik gepaart mit intensiver Öffentlichkeitsarbeit
- **Link:** <https://twitter.com/SepuranMembrane>



Fotos: Evonik



- **Ziel:** Bioraffinerie im großen Maß demonstrieren
- **Stakeholder:** nationale, regionale und lokale Regierung; Nationale Aquakultur-, Landwirtschafts-, Ernährungs- und Futterindustrie
- **Strategie:** Nutzung von Synergien in Abwasser- und Abfallverwertung
- **Effekt:** Effizienzsteigerung in Abwasser, Nährstoffkreislauf und LBG-Produktion

LBG-Anlage von Biokraft in Skogn, Norwegen

Seit 2018 ist die Biogasanlage Skogn von Biokraft in Nord-Trøndelag, Norwegen in Betrieb. Die Anlage produziert 120 GWh verflüssigtes Biomethan pro Jahr (LBG) aus Nebenprodukten aus Aquakulturen und der Landwirtschaft, kombiniert mit einer Vergärung von Schlamm aus der industriellen Kläranlage eines Papierherstellers.

Das Gas wird als Treibstoff für Schifffahrt und Straßenverkehr genutzt. Das Projekt von Biokraft und Scandinavian Biogas ist die größte Anlage dieser Art weltweit. Das Projekt wurde in Kooperation mit Norske Skog geplant und realisiert eine Biokraftstoffproduktion in Synergie mit der Deckung des Nährstoffmangels der Abwasserbehandlung der Papierproduktion durch den Nährstoffüberschuss im Fischabfall. Daraus entsteht eine Steigerung der Energieeffizienz, ebenso wie ein hocheffizienter Vergärungsprozess für Abwasserschlamm. Es wird von den Ministerien für Öl und Energie sowie für Fischerei und Aquakultur und von der EU unterstützt. Die norwegische Regierung wählte Biokraft in Skogn als Gastgeber für die Präsentation ihrer biologischen Kreislaufwirtschaft.

Diese Anlage verwertet Abfälle und Nebenprodukte optimal, indem sie nachhaltige Düngemittel für die Landwirtschaft bereitstellt, synthetische Nährstoffe in der Abwasserbehandlung ersetzt und fossile Brennstoffe im Verkehr substituiert.



Biogas aus der Sicht erfolgreicher Unternehmer: Håvard Wollan

Hinter der der größten Biogasanlage Norwegens, Skogn, steht Håvard Wollan, der Mitbegründer und Geschäftsführer von Biokraft. Er ist verantwortlich für die Produktion von 130 GWh verflüssigten Biogases (LBG) im Jahr, die in den nächsten 24 Monaten nach der Erweiterung von Biokrafts LBG Anlage in Skogn bis auf 260 GWh gesteigert werden wird.

„Wir glauben, dass Biogas ein gutes Mittel ist um CO₂ Emissionen zu reduzieren und der richtige Weg für die Behandlung von Abfällen,“ sagt Håvard. Außerdem fühlt er sich gut, wenn er weiß, dass der Verkauf von Biogas gut für andere Leute und für die Umwelt ist. „Solange wir profitabel wirtschaften können werden wir dies tun. Wir haben einige neue LBG-Anlagenprojekte in Planung.“

Seine privaten Nachbarn scheinen auch auf Biogas aufmerksam geworden zu sein. „Wenn wir uns zufällig treffen oder zusammen Kaffee trinken fragen sie immer, wie die Biogasproduktion läuft und wie es als Kraftstoff genutzt wird.“

Wie auch immer, er denkt, dass das Allgemeinwissen über erneuerbare Energien in der Gesellschaft nicht sehr gut ist. „Kürzlich gab ich eine Vorlesung an einer Universität und fragte die Ingenieur-Studenten, welche Art von Antrieb in einem Elektrofahrzeug und einem Wasserstoffauto ist. Der gleiche oder ein unterschiedlicher? Zu meiner Überraschung kannten die meisten Studenten die Antwort nicht. Dies zeigt beispielhaft, dass das Allgemeinwissen über erneuerbare noch nicht gut genug ist. Ich glaube nicht, dass die meisten Leute wissen, dass Biogas eine exzellente Strategie für die Vermeidung von Emissionen im Verkehrssektor ist.“

Neben dem Bewusstsein betont Håvard auch einige mögliche Verbesserungen um effizienter zu kommunizieren. „Manchmal nennen wir es Biogas, manchmal Biomethan, erneuerbares Erdgas oder auch synthetisches Biogas. Das verwirrt die Leute! Es gibt zu viele Bezeichnungen. Wenn wir anfangen es einfach nur noch Biogas zu nennen wäre das eine gute Idee.“



HÅVARD WOLLAN

Geschäftsführer Biokraft, Norwegen

Er sagt auch, dass man für eine effiziente Kommunikation Dinge wiederholen muss und den Inhalt einfach halten sollte. Diese Strategie ist dafür bekannt gut zu funktionieren – unter anderem bei Politikern.

„Für eine effektive Kommunikation sollte man Dinge häufig wiederholen und die Inhalte einfach halten.“

Ein weiterer Punkt, den er gerne anführt, ist die Tatsache, dass Biogas nicht kontrovers diskutiert wird. „Ich denke wir haben auf Grund der Einsatzstoffe (Rapsöl, Palmöl, etc.) einige Kontroversen über Biodiesel und Bioethanol in Norwegen gesehen. Wird Biogas aus Abfällen gewonnen ist dies nicht der Fall. Bei Biokraft arbeiten wir daran die Nebenprodukte der Biogaserzeugung auf neue und innovative Art und Weise zu nutzen, zum Beispiel durch die Methanisierung von CO₂ oder das Recycling von Nährstoffen in der Algenzucht um nachhaltig Tierfutter zu produzieren.“

Als letzten Punkt betont er, dass Biogas eine Strategie für die CO₂ Vermeidung ist, die schon heute verfügbar ist. „Man hört viel über elektrischen Schwerlastverkehr, der in der Zukunft möglich sein soll, aber man sollte nicht vergessen, dass schon jetzt Lastwagen mit verflüssigtem Biogas verfügbar sind. Im November 2018 fuhr ein LKW mit einem Tank LBG 1780 Kilometer, und diese Technology ist jetzt verfügbar! Nicht zuletzt sollte das Beispiel des norwegischen Kreuzfahrtveranstalters Hurtigruten erwähnt werden. Dieser plant bis 2021 sechs Kreuzfahrtschiffe mit Biogas zu betreiben und das ist absolut fantastisch!“

Biogas Marketing

Foto: tirachardz / Freepik



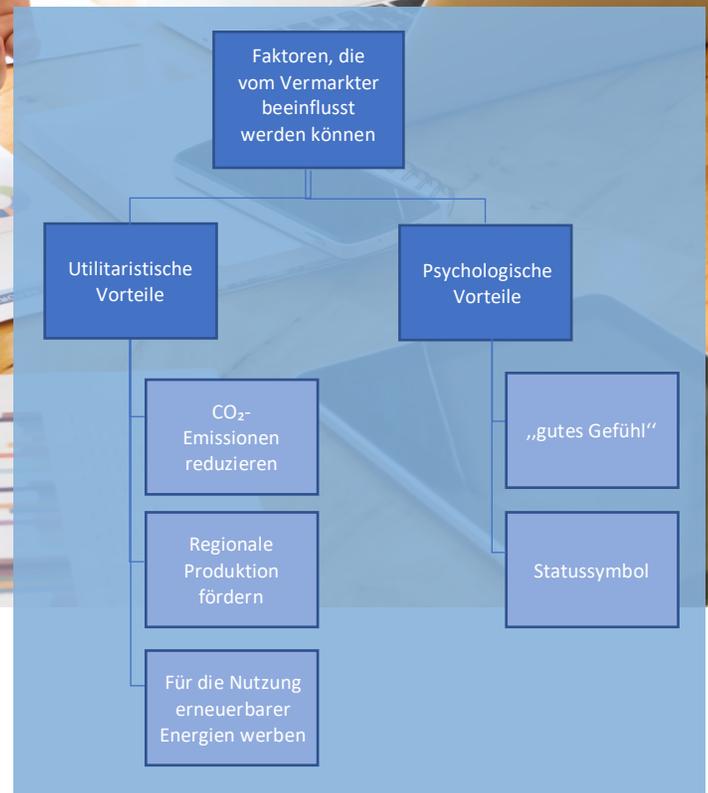
Grundlagen für effizientes Biogas-Marketing

Alles was Sie tun, um Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung an Ihre Kunden zu verkaufen, ist Marketing. Das Ziel von Marketing muss sein, durch das Produkt die Kunden auf eine Art zu erreichen, die ihre Bedürfnisse befriedigt und Gefühle anspricht. Das beginnt mit dem Wissen um Kundenwünsche, daraus eine Marketing-Strategie zu entwickeln, die das Produkt ansprechend für die Kunden präsentiert, und schließlich Methoden zu entwickeln, um Aufmerksamkeit auf das Projekt zu lenken.

Für Biogas und andere erneuerbare Energien eignet sich eine Strategie, die auf Werten beruht. Noch können wir die Kunden nicht als Massenkäufer sehen, die das physische Bedürfnis nach einer Energiequelle haben, sondern als Menschen mit Verstand, Herz und Geist. Kunden, die Biogas kaufen, sind umweltbewusst, und wollen zum Klimaschutz beitragen und einen lebenswerten Planeten hinterlassen.

Einer der Schlüssel, um Kunden zu erreichen, ist das Wissen darum, welche Wege offenstehen, um den Kunden zu begegnen. Es gibt zwei Faktoren, die Vermarkter ansprechen müssen: utilitaristische und psychologische Vorteile eines Produktes.

Unter utilitaristischem Vorteil in Bezug auf Biogas ist zu



verstehen, dass der Kunde damit, dass er Biogas wählt, eine positive und am besten auch messbare Wirkung auf die Gesellschaft hat. Bei Kunden mit großem Umweltbewusstsein kann die Nutzung von Biogas beitragen, das Bedürfnis zur Rettung der Welt zu befriedigen. Es gibt ihnen die Möglichkeit ihre CO₂-Emissionen zu verringern, regionale Produktion zu fördern und für die Nutzung erneuerbarer Energien zu werben. Auch aufgrund der psychologischen Wirkungen ist Biogas attraktiv für die Kunden.

Durch den Wechsel zu Biogas können Kunden ein positives Gefühl verspüren, weil ihnen ermöglicht wird, durch diesen guten Beitrag moralisch zu wachsen. Auch könnte der Kauf von Biogas ein Statussymbol vor dem Hintergrund von Klimawandel und dem meist höheren Preis auch als Luxusware darstellen.

Herausforderungen und Lösungen im Biogas-Marketing



Die Nutzung von Biogas ist eine gute Idee, um viel mehr als nur Klimaschutz zu erreichen, doch nur wenige Menschen kennen die Vielfalt der Vorteile. Hier nennen wir einige der Gründe dafür. Um Sie auf möglicherweise aufkommende Fragen aufmerksam zu machen, haben wir versucht, einige Herausforderungen zusammenzufassen – Aber vorab: Es gibt für jede dieser Herausforderungen eine Lösung!

1. Biogas ist wertvoll

Biogas ist meistens teurer als fossile Energieträger. Zum Beispiel bräuchte ein Landwirt, der eine Biogasanlage installieren will, sowohl die nicht unerheblichen finanziellen Mittel für den Bau als auch für den Betrieb und die Instandhaltung. Der Preis von Biomethan als Kraftstoff ist ebenfalls höher als der von fossilen Kraftstoffen, ebenso verhält es sich mit dem Preis von Biogas zu Heizzwecken im Vergleich zu Erdgas. Der endgültige Preis für den Kunden kann aber auch derselbe sein, was sich allerdings nach nationalen Steuern und Gebühren im Energiesystem richtet. Wie also kann dieses Problem gelöst werden? Wir sollten sicherstellen, dass die Menschen wissen, dass es der höhere Preis, den sie für Biogas zahlen, wert ist, wenn man die vielen ökologischen Vorteile bedenkt. Die CO₂-Neutralität, und auch die Chance auf CO₂-negative Nutzung von Biogas, sollten sich in einem höheren Preis widerspiegeln, für den Kunden muss transparent bleiben, warum dies so ist und welche Werte er damit finanziert.

2. Biogas ist einfach

Ein zweiter Punkt ist, dass die Bereitstellungs- und Nutzungskette von Biogas als erneuerbare Energiequelle für viele Menschen schwer nachvollziehbar ist. Im Gegensatz zur Windenergie, wo Energie leicht ersichtlich aus sich drehenden Turbinen entsteht oder Solarenergie, die offensichtlich aus dem Licht, das auf die Solarzellen scheint, gewonnen wird, ist es beim Biogas eine Vielfalt verschiedener Vorgänge, die nicht direkt erkennbar sind. Außerdem schließt es viele verschiedene Gase ein, die auch verschiedene Namen, wie Biogas, Ökogas, Bio-Erdgas und Biomethan, aber dennoch einen ähnlichen Herstellungsprozess haben. Wie zuvor genannt wurde ist Biogas teuer. Und wenn dieser Preis nicht direkt verständlich wird sinkt die Chance, dass ein Kunde zu einer teureren Energiequelle wechselt.

Eine gute Lösung für dieses Problem ist es, sich auf einen Nutzen zu beschränken, wenn man Biogas erklärt und nicht alle Vorteile gleichzeitig aufzählt. Biogas hat viele Verwendungen – vom Brennstoff zum Kraftstoff über Heizung und Elektrizität bis hin zur Verwendung zum Kochen. Die Gärreste sind außerdem ein guter Dünger. Als Biogasproduzent möchten Sie vielleicht für so viele Verwendungszwecke wie möglich auf einmal zu werben, doch das kann für Menschen ohne Vorkenntnisse leicht überwältigend wirken.

Den Fokus auf einen Nutzen zu setzen und mit einer kurzen Erklärung der Produktionskette zu verbinden könnte ein guter Weg für das erfolgreiche Marketing von Biogas sein.

3. Biogas bewusst

Der nächste Punkt dreht sich um das Bewusstsein der Käufer, Biogas als saubere Energiequelle zu nutzen. Viele Menschen verstehen noch immer nicht, wieso Biogas CO₂-Emissionen reduzieren kann. Darum halten sie es für unnötig, die Energiequelle zu wechseln. Auch denken viele, dass es nicht ihre Aufgabe sei, Biogas zum Heizen und für den Transport zu nutzen, sondern dass sich dieser Schritt nur bei großen Firmen lohnt. So lange die Menschen nicht wissen, dass Biogas einen positiven Einfluss auf Umwelt und Gesellschaft hat, und dass der Beitrag jedes Einzelnen wichtig und messbar ist, werden sie Biogas nicht unterstützen.

Prinzipiell sind alle oben genannten Probleme auf den Mangel an Bewusstsein zurückzuführen. Es ist unsere Aufgabe als Produzenten von Biogas, die Gesellschaft darüber zu informieren, dass es Biogas gibt und warum es eine gute Alternative ist. Wege um das Bewusstsein zu verstärken werden im nächsten Kapitel beschrieben

Ein nützlicher Trick für das Marketing ist es, die Menschen neugierig zu machen. Entwerfen Sie ein Markenzeichen, welches Biogas als gutes, interessantes, cooles Produkt darstellt. Werben Sie damit, dass Umweltfreundlichkeit und die Nutzung eines regionalen Produktes lohnenswert sind. Gewinnen Sie öffentlich wirksame Vorreiter! Auf diese Art werden mehr und mehr Menschen gewillt sein, mehr über Biogas zu lernen. So können wir einen Weg finden, Biogas verständlich und interessant zu machen und es schließlich verkaufen.

4. Biogas ist sauber

Viele Menschen denken, Biogas sei eine schmutzige Energiequelle. Da es ein Gärprodukt ist, ähnlich den im Magen stattfindenden Prozessen, macht es einen negativen ersten Eindruck, der manchmal noch von einem schlechten Geruch oder der Erwartung eines schlechten Geruches verstärkt wird. Schon die Grundidee, Dung als Substanz zu verwenden wirkt unhygienisch. Darum müssen Kunden auch davon überzeugt werden, dass Biogas keine schmutzige Energie ist.

Um diese Einstellung zu ändern ist es wichtig zu betonen, dass Biogas nicht schmutzig ist, wenn es ordentlich produziert wird, mit richtiger Lagerung der Materialien und den richtigen Verfahren. Tatsächlich benutzt Biogas die eigentlich schmutzigen Stoffe auf gute Art: der Bioabfall wird in etwas Nützliches verwandelt, unter anderem auch verbunden mit der Reduktion des schlechten Geruchs



Foto: rawpixel.com / Freepik

Bewusstsein für Biogas stärken

Es gibt viele Wege, ein Bewusstsein für Biogas in der Gesellschaft zu entwickeln, aber der beste Weg führt über die Kinder. Das kann auf vielfältige Art und Weise erreicht werden: durch die Aufnahme von Biogas in den Lehrplan, zum Beispiel, indem eine Biogas-Woche gestaltet wird, durch die Nutzung von Comics über Biogas, oder durch Influencer, Vorbilder und Botschafter.



Online-Videos

Mit dem wachsenden Einfluss des Internets und sozialer Medien ist es einfach, Kinder durch online-Plattformen wie YouTube zu erreichen. Einfache, aber informative Videos, ziehen die Kinder an, und wecken ihr Interesse. Durch die Einfachheit der Videos ist es auch für andere Altersgruppen ein leicht zugänglicher Weg.

Ausbildung

Biogas als Teil des Lehrplanes zu integrieren vermittelt Schülern mehr Wissen und damit auch Bewusstsein bezüglich Biogases. Wenn wir es auf eine fröhliche Art präsentieren wollen, könnte eine Biogas-Woche eine gute Idee sein. Die Schüler können durch Spiele und Aktivitäten wie den Bau einer eigenen Biogasanlage viele Grundlagen lernen.



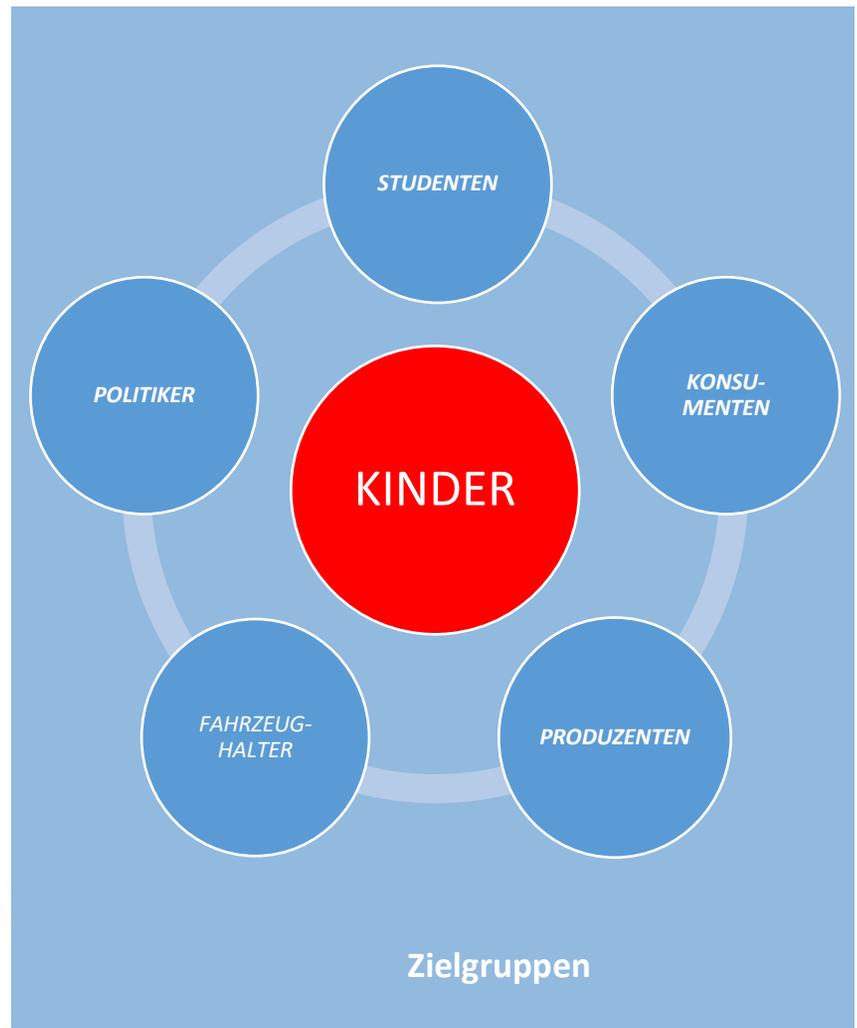
Influencer, Vorbilder und Botschafter

Ein weiterer effektiver Weg könnte die Nutzung von Influencern, Vorbildern und Botschaftern sein. Kinder und Jugendliche beschäftigen sich heutzutage viel mit sozialen Medien, wo es viele Prominente und Influencer gibt, die als Vorbild dienen können. Wenn wir über diese Menschen die Kinder erreichen können, würden sie sich mehr für Biogas interessieren.

Wenn Kinder ein Bewusstsein für Biogas entwickelt haben, könnten sie ihren Eltern davon erzählen, und das Bewusstsein in die ältere Generation weitertragen. Zumindest aber können wir sicherstellen, dass die folgenden Generationen sich Biogas und seiner Vorteile bewusst werden. Mit diesen Strategien können wir für Biogas werben, und einen kleinen aber wichtigen Beitrag zu einer besseren Welt leisten.



Foto: rawpixel.com / Freepik



Weiterführende Links:

Meet our Biogas know-how series
Available online



www.biowaste-to-biogas.com



www.biogas-safety.com



www.biogas-to-biomethane.com



www.digestate-as-fertilizer.com

No.	Name	Link	Beschreibung	Sprache
1	GENeco's Bio-Bus	https://youtu.be/x2R_MaWFABo	Ein tieferer Blick in den Bio-Bus von GENeco	English
2	TINE Advertisement	https://youtu.be/AmmuxYTdoWk	Werbung auf dem TINE-Programm KUKRAFT	Norwegisch
		https://youtu.be/VY-y0FM8IPQ		
		https://youtu.be/SkHp8VdGIUM		
3	Biogas Done Right	https://youtu.be/Gm-Talwi82M	Videoerklärung zum Thema Biogas	English
4	EBA Success Stories	http://european-biogas.eu/wp-content/uploads/2018/02/Success-Stories-EBA-2018.pdf	Broschüre bestehend aus erfolgreichen Biogasanlagen	English
5	Biogas For You	http://biogasforyou.eu/	Website für alle, die die Vorteile von Biogas erklären. Eine Seite der European Biogas Association.	English
6	Stockholm Gas' Gas Organ Music Video	https://www.youtube.com/watch?v=2LDRoEPf54E	Ein Musikvideo mit Gasorgel, die mit Biogas betrieben wird	English
7	G mobility	https://gmobility.eu/	Informationen zur klimaneutralen Mobilität	English



Institut für Biogas Kreislaufwirtschaft & Energie

Dieses Buch wird durch das Institut für Biogas, Kreislaufwirtschaft & Energie kontinuierlich auf Deutsch und Englisch erweitert.

www.biogasundenergie.de

Sie können gedruckte Bücher zum Selbstkostenpreis von 10 € zzgl. Versand und Mehrwertsteuer bestellen.

Wir drucken Deinen Beitrag, um Biogas sichtbar und erlebbar zu machen!

Hast Du während Deiner letzten Reise durch unsere vielfältige Welt eine tolle Idee zur Vermarktung von Biogas gesehen?

Oder hast Du vielleicht eine tolle eigene Idee?

Oder willst Du Deine Firma in diesem Buch darstellen?

Sende einen kurzen Link oder eine Info an biogasmarketing@biogasundenergie.de- wir werden die Informationen in der nächsten Auflage aufgreifen!

Dieses Buch ist auf 100% Recyclingpapier mit rein natürlichen Farben gedruckt.

ISBN 978-3-00-064409-2



9 783000 644092



Institut für Biogas
Kreislaufwirtschaft & Energie

Steubenstraße 15, Eingang B
D-99423 Weimar, Germany
www.biogasundenergie.de
+49-3643-54489-120

Eine Idee, die man zu diesem Heft hinzufügen kann? Her damit!
Biogasmarketing@biogasundenergie.de