



DEUTSCHE  
UNTERNEHMENSINITIATIVE  
ENERGIEEFFIZIENZ

Kurzbericht – Ergebnisse des Projektes

# UMWELT UND EIGENTUM SCHÜTZEN – EINE MILLION EINSTIEGE IN DEN INDIVIDUELLEN SANIERUNGSFAHRPLAN

Mai 2017



Gefördert durch:



Bundesministerium  
für Umwelt, Naturschutz,  
Bau und Reaktorsicherheit

# I. EINLEITUNG

## HINTERGRUND

Die von der Bundesregierung eingeläutete Energiewende bezieht sich nicht nur auf die Umstellung von konventionellen auf erneuerbare Energien. Ohne die Einsparung von Energie können die selbstgesteckten Ziele und die klimapolitisch notwendige Reduzierung von schädlichen CO<sub>2</sub>-Emissionen nicht erreicht werden. Der Gebäudesektor ist dabei ein entscheidender Baustein: rund 40 Prozent des Endenergieverbrauchs und damit etwa ein Drittel der gesamten CO<sub>2</sub>-Emissionen in Deutschland werden durch Energieverbrauch in Gebäuden verursacht.<sup>1</sup> Bis 2050 strebt die Bundesregierung einen nahezu klimaneutralen Gebäudebestand in Deutschland an. Dieses Ziel soll in erster Linie durch die Sanierung der Gebäudehülle, also von Wänden, Dach, Keller und Fenstern sowie durch die Erneuerung der Anlagentechnik erreicht werden; in zweiter Linie durch die Umrüstung der Technik auf erneuerbare Energien.<sup>2</sup>

Die derzeitige Situation in Deutschland ist sowohl durch eine niedrige Sanierungsquote im Eigenheimbereich als auch eine seit 2009 sinkende Nachfrage nach geförderten Vor-Ort-Energieberatungen gekennzeichnet. Die Mehrheit der Sanierungsmaßnahmen im Gebäudebereich wird derzeit nicht als Komplettsanierung durchgeführt, sondern in einzelnen, meist voneinander unabhängigen Schritten.<sup>3</sup>

Seit 2011 ist die Idee eines neuen Ansatzes zur Energieberatung in Form eines individuellen Sanierungsfahrplans (iSFP) im Gespräch. 2015 wurde sie in den Nationalen Aktionsplan Energieeffizienz (NAPE) und als Option in der öffentlich geförderten BAFA Vor-Ort-Beratung aufgenommen. Mit dem individuellen Sanierungsfahrplan soll ein Instrument geschaffen werden, das vorhandene Angebote bündelt und es dem Energieberater ermöglicht „die individuelle Beratungsleistung in ein für den Gebäudeeigentümer verständliches und handhabbares Format zu überführen“.<sup>4</sup>

Dazu gab es zwei korrespondierende Projektvorhaben. Die Deutsche Energie-Agentur (dena) entwickelte gemeinsam mit dem Institut für Energie- und Umweltforschung Heidelberg (ifeu) und dem Passivhaus Institut im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie (BMWi) die **Gesamtmethodik** des individuellen Sanierungsfahrplans für Wohngebäude:

- Konzept zur Gesamtmethodik, Dokumentation und Darstellung
- Entwicklung eines standardisierten Verfahrens
- Erarbeitung von Qualitätsstandards, Leitfäden und Checklisten
- Feldtest zur Prüfung der Praxistauglichkeit

Das vorliegende Projekt der Deutschen Unternehmensinitiative Energieeffizienz e.V., gefördert durch das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB) und das Umweltbundesamt (UBA), konzentriert sich auf die Entwicklung eines **nutzerorientierten Ansatzes und Kommunikationskonzepts** für den individuellen Sanierungsfahrplan:

- Anforderungen an einen iSFP aus Sicht der Menschen im Gebäude
- Nicht-technische, entscheidungs- und nutzungsrelevante Kriterien
- Einbettung in Energieberatungsangebote: Didaktikkonzepte und Marktangebote
- Kommunikationskonzept und Policy-Empfehlungen

1 Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (o.A.).

2 Presse- und Informationsamt der Bundesregierung, abgerufen unter: <http://www.bundesregierung.de/Content/DE/StatischeSeiten/Breg/Energiekonzept/02-energieeffizienz.html>, Jan. 2016.

3 BMWi (2015); Stieß et al. (2010); BAFA (2014).

4 BMWi (2015), S. 83.

## ZIELE UND METHODIK DES PROJEKTES

Grundlage des Projektes ist es, die Umsetzung des individuellen Sanierungsfahrplans um die Nutzerperspektive selbstnutzender Eigentümer von Wohngebäuden zu ergänzen. Um die Akzeptanz eines neuen Instruments zu gewährleisten, muss dieses Instrument von Anfang an auf die tatsächlichen Bedürfnisse der Nutzer abzielen. In Kombination mit den richtigen Kommunikations- und Verbreitungsstrategien steigt die Wahrscheinlichkeit einer erfolgreichen Anwendung in der Praxis.

Das übergeordnete Ziel des Projektes „Umwelt und Eigentum schützen – Eine Million Einstiege in den individuellen Sanierungsfahrplan“ ist es, die Sanierungseffizienz in Deutschland zu erhöhen. Das Instrument eines individuellen Sanierungsfahrplans soll maßgeblich zum Erreichen der Umwelt- und Klimaschutzziele im Gebäudebereich beitragen und muss in seiner Umsetzung die Akzeptanz der Nutzer von vorneherein berücksichtigen.

Diese politischen Ziele und Inhalte eines individuellen Sanierungsfahrplans sind grundlegend. Im Zentrum der Betrachtung steht zum einen der Einstieg in die Beratung mit einem individuellen Sanierungsfahrplan und zum anderen, wie das Instrument motivierend und über einen längeren Zeitraum handlungsleitend für Eigentümer sein kann. Das Projekt gliederte sich in zwei Teile:

### **1. Die Bestandsaufnahme und die Ermittlung von Eigentümeranforderungen**

Um eine Übersicht des derzeitigen Angebots zu erhalten und besonders nutzerfreundliche Elemente zu identifizieren, wurden bereits bestehende Beratungsangebote exemplarisch untersucht und anhand verschiedener Kriterien der Nutzerfreundlichkeit kategorisiert. Ausgehend von diesen Zielen wurden in einem Fachworkshop Anwender befragt und erarbeitete Thesen diskutiert. Diese dienten als Grundlage für die erste Runde der Marktforschung. Es fanden daraufhin qualitative Nutzerbefragungen in den Regionen Berlin und Hannover sowie ein Kreativworkshop zum Thema statt. Durch diese Befragungen wurden Nutzbedürfnisse ermittelt und für den spezifischen Fall herausgearbeitet. Die Ergebnisse wurden mit dem Projektbeirat und anderen Expertenrunden breit diskutiert, verifiziert und ergänzt. In Kombination mit einer Analyse bereits vorhandener Studien zu Kundenbedürfnissen entstand daraus ein umfassendes Bild der Eigentümeranforderungen aus konsumentenpsychologischer Sicht. In einer zusammenführenden Analyse wurden daraus Anforderungen entwickelt, die wesentliche inhaltliche, gestalterische und didaktische Elemente aus Nutzerperspektive aufzeigen.

### **2. Die Entwicklung von Vorschlägen zur Einbettung des iSFP sowie die Erarbeitung konzeptioneller Verbreitungsstrategien**

Im zweiten Teil wurden zu diesem Zweck 1) Workshops zur Entwicklung von Geschäftsmodellinnovationen und zur Marktpenetration unter Beteiligung des DENEFF-Unternehmensnetzwerks durchgeführt; 2) gemeinsam mit dem Institut für ZukunftsEnergieSysteme gGmbH (IZES) ein didaktischer Leitfaden zu Schulungszwecken und zur Verbreitung unter Energieberatern entwickelt und mit der Zielgruppe getestet; 3) Vorschläge für eine deutschlandweite Kommunikationskampagne entwickelt; 4) ein Entwurf des iSFP mit Eigentümern diskutiert und im Rahmen eines Feldtests erprobt und 5) konkrete Vorschläge für Politikmaßnahmen entwickelt, die mit dem Beirat und einem Fachpublikum diskutiert und ausgearbeitet wurden sowie die Eigentümerbewertung des Instrumentes berücksichtigen. Die vorgeschlagenen Maßnahmen und deren Einführungsstrategie dienen dazu, den Fahrplan sukzessive sinnvoll zu institutionalisieren und zu verstetigen.

## II. BESTANDSAUFNAHME

### EIGENTÜMERANFORDERUNGEN UND BESTEHENDE KONZEPTE

Der individuelle Sanierungsfahrplan soll sich als Instrument in einen bereits bestehenden Sanierungs- und Beratungsmarkt einbetten, diesen ergänzen und die Möglichkeit bieten, kleinteilige Angebote zu bündeln. Um eine Aussage darüber treffen zu können, wo und wie der individuelle Sanierungsfahrplan ansetzen muss, war eine detaillierte Betrachtung bestehender Ansätze und Instrumente notwendig. Diese existierenden Angebote enthalten bereits eine Menge nutzerfreundlicher Elemente, auf denen ein neues Instrument aufbauen sollte. Für die Auswertung in diesem Projekt wurden 18 verschiedene bestehende oder konkret geplante Konzepte, von denen jeweils ein Beispiel aus der Schweiz, aus England, aus Frankreich und aus Flandern (Belgien) stammt, genauer analysiert und anhand eines Kriterienkatalogs in Hinblick auf ihre Nutzerfreundlichkeit und ihre Überschneidungen mit einem individuellen Sanierungsfahrplan überprüft.

**Tabelle 1: Übersicht der ausgewählten Umsetzungskonzepte**

Institut	BAKA <sup>I</sup>	BAFA <sup>II</sup>	Energetrium AG	Baden-Württemberg/ifeu <sup>III</sup>	Passivhaus Institut	nymo strategieberatung GmbH	DBU <sup>IV</sup>	UEA Kreis Karlsruhe <sup>V</sup>	BMWi <sup>VI</sup>
Name	Gebäude-diagnose-idi-al	BAFA Sanierungsfahrplan (Checkliste)	MY-energetrium	Gebäude-individueller Sanierungsfahrplan	Passivhaus-Projektierungspaket (PHPP)	Sanierungsfahrpläne für MFH	Haus sanieren profitieren	Sanierungsfahrplan Stutensee	Sanierungskonfigurator
Charakter	Umfassende Gebäude-analyse	Checkliste im Rahmen der BAFA Förderung	Weiterentwicklung BAFA Bericht	SF nach EwärmeG	Energiebilanzierung & Planungs-Tool	Studie	Kampagne, Informationsportal	Informationsbroschüre	Online Tool Bestimmung des Ist-Zustandes & möglichen Maßnahmen
Zielgruppe	Planer, Architekten, Eigentümer, Bauherren, Käufer	Energieberater & Eigentümer	Eigentümer	Energieberater & Eigentümer	Architekten, Fachplaner	EVU, Wohnungsunternehmen	Energieberater & Eigentümer	Eigentümer, Mieter	Eigentümer, Mieter
Institut/Land/Region	BOSCH Thermo-technik	Deutsche Energie-Agentur (dena)	co2online GmbH	Verbraucherzentrale NRW e.V.	Vzby <sup>VII</sup>	Flandern	Frankreich	Schweiz	UK
Name	Haus-Konfigurator	Expertentool Wirtschaftlichkeit	Energie-sparkonto	Energieberatung KEK	Energie-checks	Woningpas	Passeport Efficacité	GEAK Plus	Household Energy Report
Charakter	Online Tool Sanierungsbedarfs Bestimmung	Tool Darstellung Sanierungskosten & Ersparnissen	Online Tool zur Erfassung & Vergleich von Energieverbräuchen	Baukasten Beratungsprotokoll	Bundesweit flächendeckende niederschwellige Beratung	Beratungsangebot und Energieausweis plus, jeweils mit digitalem Logbuch	Dynamisches Tool zur Information	Gebäudeanalyse-Bericht	Gebäudeanalyse & Bericht
Zielgruppe	Eigentümer	Energieberater	Eigentümer, Mieter	Eigentümer, Mieter	Eigentümer, Mieter, Vermieter	Eigentümer, Energieberater	Eigentümer, Energieberater, Planer	Eigentümer	Eigentümer, Mieter

I Bundesverband Altbauerneuerung e.V.

II Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle

III Ministerium für Umwelt, Klima und Energiewirtschaft Baden Württemberg/Institut für Energie- und Umweltforschung Heidelberg GmbH

IV Deutsche Bundesstiftung Umwelt

V Umwelt- und Energieagentur

VI Bundesministerium für Wirtschaft und Energie

VII Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.

Da das Projekt auf die Erstellung eines individuellen Sanierungsfahrplans aus Nutzersicht abzielt, wurden nur nicht-technische Elemente und gestalterische Elemente der Ansätze betrachtet:

### Nicht-technische Elemente

- **Verständlichkeit und Niederschwelligkeit:** Informationen sind auch für Laien verständlich.
- **Handlungsleitend:** Informationen sind als nachvollziehbare Entscheidungsgrundlagen aufbereitet.
- **Zielorientiert:** Vom Ziel her gedacht und beschränkt auf die wesentlichen Informationen, um (langfristig) das definierte Sanierungsziel zu erreichen.
- **Sanierungsfahrplan wird abgebildet:** Sanierung in mehreren zeitlichen Stufen wird abgebildet, d.h. Gewichtung und Reihung der Maßnahmen.
- **Offen und dynamisch:** Einbeziehung und Aktualisierungen der individuellen Angaben (jederzeit) möglich.
- **Umfassend:** Gering-/Nichtinvestive Maßnahmen werden berücksichtigt, Hinweise für umweltbewussten Betrieb sind enthalten, individuelle (nicht-monetäre) Vorteile werden aufgezeigt.

### Gestalterische Elemente

- **Übersichtliche Darstellung.**
- **Sinnvolle Gliederung:** Bauteile, zeitliche Reihenfolge, Kosteneffizienz.
- **Dynamisch:** Interaktiv, „Macht Spaß“.
- **Grafisch/optisch ansprechend.**

Der individuelle Sanierungsfahrplan, wie er hier verstanden wird, zielt darauf ab das Gebäude und seine Bewohner als ineinandergreifendes System zu erfassen. Rein technische Betrachtungen, die sich nur mit dem Zustand des Gebäudes und der enthaltenen Technik befassen, sind zwar essentiell für die Umsetzung einzelner Maßnahmen, greifen aber zu kurz, da Sanierungsentscheidungen häufig von anderen Faktoren beeinflusst werden. Nutzerverhalten und (finanzielle) persönliche Situationen spielen eine Rolle. Hinzu kommt, dass technische Experteninformationen benutzerfreundlich aufbereitet werden müssen, damit sie vom Endkunden verstanden und genutzt werden. Idealerweise erhält der Hausbesitzer an seinem Front-end eine verständliche und motivierende Information, die mit seiner persönlichen Situation und seinen Wohngegebenheiten abgeglichen ist. Ein individueller Sanierungsfahrplan vermeidet es, dass die Komplexitätsfalle über dem Nutzer zusammen schnappt.

Abbildung 1: Bestehende Konzepte (Auswahl)





Insgesamt zeigt die Übersicht, dass es bisher in Deutschland kein Instrument gibt, das sowohl niederschwellige und motivierende als auch technische und persönliche Inhalte bei der Erstellung von Sanierungsempfehlungen umfassend und langfristig anpassbar berücksichtigt. Zwar enthalten einzelne Ansätze Elemente eines individuellen Sanierungsfahrplans, individualisierbare Bereiche sind allerdings unterrepräsentiert. Die Übersicht zeigt auch, dass dynamische Elemente in diesen noch keine Berücksichtigung finden, die Beratung also als „einmalige Momentaufnahme“ verstanden und bestenfalls mit einem Ausblick in die Zukunft protokolliert wird. Der Markt bietet insofern noch Spielraum, diese Lücke zu füllen.

**Tabelle 2: Umsetzung der Elemente eines idealtypischen iSFP am Markt**

<b>Element eines idealtypischen iSFP</b>	<b>Umsetzung am Markt</b>
<b>Einbeziehung aller relevanten technischen und persönlichen Informationen</b>	Bisher in keinem Instrument vollumfänglich umgesetzt. Abzuwarten bleibt die Umsetzung in Frankreich.
<b>Empfehlungen für aufeinander abgestimmte Sanierungsschritte über mehrere Jahre</b>	Wird bereits in einzelnen Instrumenten umgesetzt (BAFA-Checkliste, BaWü).
<b>Sanierungsziel als Kombination aus klimapolitischen Zielen &amp; persönlichen Wünschen</b>	Bisher orientieren sich Sanierungsziele an technischen Standards & politischen Zielsetzungen.
<b>Wirtschaftlichkeitsberechnungen unter Einbeziehung der finanziellen Situation</b>	Wirtschaftlichkeitsberechnungen sind sehr weit verbreitet, bisher basieren sie jedoch nur auf technischen Annahmen; einzelne Ansätze in Studien vorhanden.
<b>Verständliche und ansprechende Darstellung und Gestaltung</b>	Wird insbesondere im Bereich niederschwelliger Angebote gut umgesetzt (z.B. DBU, Bosch Thermotechnik Hauskonfigurator).
<b>Begleitendes Beratungstool über mehrere Jahre hinweg: dynamisch &amp; anpassbar</b>	Bisher nicht vorhanden oder noch ohne Fahrplan (co2online). Planungen in Frankreich und Flandern.

Ein Instrument im Sinne eines individuellen Sanierungsfahrplans, der gemeinsam mit dem Endkunden erstellt wird und seine persönliche Situation regelmäßig und systematisch erfasst, gibt es bisher nicht. Die Entwicklungen in Frankreich und Flandern waren zum Projektende noch nicht abgeschlossen. Zwar weisen auch in Deutschland einzelne Instrumente interessante Elemente auf, die Perspektive des Endkunden findet jedoch bisher in keinem Ansatz vollends Berücksichtigung. Teilweise sind die Instrumente so niederschwellig angesetzt oder verfolgen eine andere Zielsetzung, dass sie mit einer derartigen Herangehensweise überfrachtet wären. Der individuelle Sanierungsfahrplan sollte daher als Ergänzung und teilweise als Bündelung bestehender Informationsangebote verstanden werden. Er stößt damit in eine Lücke, auf niederschwelligen Informationsangeboten sinnvoll aufbauend eine langfristige Handlungsorientierung für Endkunden zu bieten.

## III. KUNDENPERSPEKTIVE

### KUNDENPERSPEKTIVE I: WAS WIR BISHER WISSEN

Bisher gibt es nur wenige empirische Untersuchungen über Nutzerbedürfnisse bezogen auf energetische Sanierungsmaßnahmen. In der 2010 vom Projektverbund ENEF-Haus veröffentlichte Studie „Zum Sanieren Motivieren“<sup>5</sup> geht hervor, dass Einstellungen, Orientierungen, Erwartungen und persönliche Ziele den stärksten Einfluss auf die Entscheidung über die Art der Sanierung haben. Dementsprechend entwickelten Stieß et al. (2010) eine Typologie von fünf EigenheimmodernisiererInnen anhand ihrer Einstellungen und Motive hinsichtlich einer energetisch anspruchsvollen Sanierung:

- Die **Überzeugten Energiesparer (25%)** führen aufgrund eigener Motivation umfassende energetische Sanierungsmaßnahmen durch.
- Die **Aufgeschlossenen Skeptiker (29%)** sind prinzipiell nicht abgeneigt, energetische Sanierungsmaßnahmen durchzuführen, setzen dieses aber bedingt durch Vorurteile und Ängste nur teilweise um.
- Die **Unreflektierten Instandhalter (12%)** beschränken sich meist nur auf die Durchführung notwendiger Instandhaltungen bei akuten Defekten. Die Wahl der Maßnahmen ist abhängig vom Rat ihres Handwerkers oder jeweiligen Fachmanns. Im Rahmen energetischer Maßnahmen werden hauptsächlich Heizungsanlagen erneuert.
- Für die **Desinteressiert Unwilligen (14%)** stellt die Sanierung eine Belastung dar. Dementsprechend führt dieser Typ größtenteils nur erforderliche Standard-Sanierungsmaßnahmen durch.
- Die **Engagierten Wohnwertoptimierer (20%)** besitzen Häuser mit einem vergleichsweise hohen energetischen Standard. Durchgeführte Maßnahmen zielen meist auf ästhetische Aspekte des Hauses oder Wohnraumerweiterung ab, da größere Sanierungsmaßnahmen noch (nicht) erforderlich sind.<sup>6</sup>

Weitere vorhandene Untersuchungen befassten sich mit Anlässen, Motiven, Hemmnissen, Ansprechpartnern, genutzten Informationsquellen und Entscheidungshilfen von Sanierern.

#### 1. Anlässe für Sanierungen

Laut einer Studie der Climate Policy Initiative von 2011 sowie einer Befragung von VELUX stehen bei Sanierungsmaßnahmen grundsätzlich andere Ziele als die energetische Sanierung im Vordergrund. Diese beinhalten Verschönerungen und Wohnkomfort.<sup>7</sup> Energetische Sanierungen werden nicht immer gleichzeitig mit anderen Sanierungsmaßnahmen vorgenommen, obwohl eine Kopplung in vielen Fällen sinnvoll sein kann. Vor allem akute Defekte und Instandsetzungen sowie Eigentumsübertragungen wie Kauf oder Erbschaft sind Anlässe für energetische Sanierungsmaßnahmen.<sup>8</sup>

#### 2. Motivationen für energetische Sanierungen

Wenn es um die Themen „Wohnen-Leben-Haus“ geht, ist nie ein einziges Motiv alleine ausschlaggebend. Vielmehr scheint es zu einem Zusammenspiel unterschiedlicher Motive zu kommen, die erkannt und angesprochen werden müssen. Das zentrale Motiv für energetische Sanierungen ist jedoch „Energieeinsparung“ – und damit Kosteneinsparungen.<sup>9</sup> Dieses Motiv ist durchaus als langfristige Investitionsgrundlage anzusehen und mit dem Wunsch nach „Wertsteigerung“<sup>10</sup> kombiniert. Auch Steigerung des Wohnkomforts, Verschönerung der Wohnumgebung, Vorsorge für das Wohnen im Alter oder technisches Interesse können Motive sein. Umweltschutz spielt zwar eine Rolle, ist aber nicht unbedingt ein treibendes Motiv.

5 Stieß et al. (2010).

6 ebd., S. 22.

7 Rasmussen, M.K. (Hg.) (2015), Novikova et al. (2011).

8 Stieß et al. (2010).

9 BAFA (2014), Rasmussen, M.K. (Hg.) (2015), EuPD Research (2014), Stieß et al. (2010).

10 BAFA (2014).

### 3. Hemmnisse für energetische Sanierungen

Hemmnisse für energetische Sanierungen sind vielfältig und so individuell wie die Eigenheimbesitzer selbst, weshalb es oft schwierig ist, sie empirisch zu beziffern. In allen Studien<sup>11</sup> genannt werden:

- Finanzierung und finanzielle Belastung
- Investitionen rechnen sich teilweise nicht oder erst nach sehr langer Zeit
- Es wird kein Handlungsbedarf gesehen, Einsparpotenziale gelten als gehoben
- Unannehmlichkeiten durch Baumaßnahmen
- Denkmalschutz, baulich nicht umsetzbar
- Qualität der Sanierungsmaßnahmen wird angezweifelt

### 4. Ansprechpartner und Informationsquellen

Informationsquellen sind: Internet, Gespräche mit Bekannten und Freunden, Gespräche mit Handwerkern und anderen Experten (Schornsteinfeger, Architekt, Heizungsbauer...), Broschüren, Banken etc.<sup>12</sup> Energieberatungen werden in etwa 25 bis 30 Prozent<sup>13</sup> vor einer Sanierung in Anspruch genommen. Energieberater werden häufig über das Internet oder über Empfehlungen aus dem Bekanntenkreis oder von Handwerkern gefunden.<sup>14</sup> Allerdings offenbart die Evaluation der BAFA Vor-Ort-Beratung, dass der Energieberatermarkt die Ratsuchenden vor einige Herausforderungen stellt, da das Angebot als unübersichtlich empfunden wird und angenommen wird, dass Berater nicht unabhängig von sonstigen finanziellen Interessen sind.<sup>14</sup> Gründe, überhaupt keine Beratung in Anspruch zu nehmen, waren „zu viele[n] schwarze[n] Schafe in der Branche“ (72%), fehlender Nutzen (62%) sowie die mit einer Beratung verbundene Umständlichkeit (57%).<sup>14</sup>

### 5. Entscheidungshilfen

Energieberatungen und -berichte sind nur dann eine Entscheidungshilfe, wenn sie einen signifikanten Mehrwert und einen deutlichen Informationsgewinn leisten. Mehr als ein Viertel der Befragten des BAFA Evaluationsberichts bewerteten den Nutzen allerdings nur mit Befriedigend oder schlechter. „Die Verständlichkeit der Beratung erhielt von allen Kriterien die schlechteste Bewertung [in 2013] mit einer Durchschnittsnote von [...] 2,15.“ Beratungen werden oft als zu standardisiert und zu wenig auf die individuelle Situation angepasst wahrgenommen.<sup>15</sup>

Die Wirtschaftlichkeit von Maßnahmen ist eine zentrale Entscheidungshilfe bei der Abwägung von energetischer Gebäudesanierung.<sup>16</sup> Aus Sicht derjenigen, die eine Energieberatung in Anspruch genommen haben, ist es sogar die wichtigste Komponente.<sup>17</sup> Was darunter verstanden wird, kann jedoch sehr unterschiedlich sein. Während Berechnungen von Energieberatern und Förderprogrammen die Wirtschaftlichkeit auf Basis des Kapitalwerts der Investition ermitteln, wünschen sich Eigenheimbesitzer eine stärkere Berücksichtigung von Risiken: „[es] dominiert das Motiv, sich gegen Risiken abzusichern. Allen voran das Preisrisiko (...) [u]nd das Lieferrisiko.“<sup>18</sup> Außerdem wünschten sich Befragte eine stärkere Einbeziehung ihrer persönlichen Situation.<sup>19</sup> Generell sind Aussagen über die Wirtschaftlichkeit immer von Annahmen getragen, die sich zum Zeitpunkt der Umsetzung nicht per se verifizieren lassen. Wichtig ist, dass bei den Umsetzern ein „Gefühl von Wirtschaftlichkeit“<sup>20</sup> entsteht.

11 BAFA (2014), Stieß et al. (2010), Novikova, A., et al. (2011), EuPD Research (2014).

12 BAFA (2014), Stieß et al. (2010), Novikova, A., et al. (2011), EuPD Research (2014).

13 BAFA (2014), S. 80, Verbraucherzentrale Bundesverband (2012), EuPD Research (2014).

14 BAFA (2014), S. 75ff.; S. 92.

15 ebd., S. 77ff.

16 Stieß et al. (2010), Novikova, A., et al. (2011)

17 BAFA (2014), S. 81.

18 Stieß et al. (2010), S. 11.

19 BAFA (2014), S.33.

20 Stieß et al. (2010), S. 11.



## KUNDENPERSPEKTIVE II: ERGEBNISSE DER MARKTFORSCHUNG IM RAHMEN DES PROJEKTS

### Methodik

Im Rahmen des hier durchgeführten Projektes wurde ein qualitativer Marktforschungsansatz gewählt. Ziel war es, durch offene Interviews die hintergründigen Bedürfnisse von Eigenheimbesitzern zu erfahren, die zu einer Sanierungsentscheidung führen (oder dagegen). Hierbei wurden keine vorgegebenen Fragen abgefragt, sondern anhand eines Leitfadens triadische Interviews (mit jeweils 3 Teilnehmern) durchgeführt. Auf diese Weise sollte vermieden werden, die Teilnehmer in eine bestimmte Richtung zu lenken. Zudem wurde ein zweistufiges Verfahren gewählt: In einer ersten Runde wurden jeweils vier Interviews in Berlin und Hannover durchgeführt (insgesamt 24 Teilnehmer), um Thesen zu generieren und Bedürfnisse zu ermitteln. Darauf aufbauend wurde in einer zweiten Runde ein Kreativworkshop (2,5 Stunden) mit 7 Teilnehmern aus der ersten Phase veranstaltet, um konkrete Umsetzungsideen zu entwickeln. In einer dritten Runde wurde in einem Gruppeninterview der später vorliegende Arbeitsstand getestet (vgl. Seite 14).



Workshop Eigentümer Bedürfnisse

### Ergebnisse

#### 1. Motive für energetische Sanierungen

Ähnlich wie in früheren Befragungen Dritter, hat sich auch in den hier durchgeführten Interviews gezeigt, dass eine energetische Sanierung immer aus einer Kombination verschiedener Motive resultiert. Dabei stand die Verbesserung der Wirtschaftlichkeit und damit die Einsparung von Energie und die daraus resultierende Senkung der Kostenbelastung für die Teilnehmer an erster Stelle. Weitere wichtige Motive waren die Erhöhung des Komforts – ausgedrückt in einem Wunsch nach behaglicher Wohnatmosphäre und der Vermeidung von Wärmeverlusten. Werterhaltung und Wertsteigerung – z.B. für zukünftige Generationen – spielten ebenfalls eine Rolle. Klimaschutz wurde dagegen eher als positiver Nebeneffekt gesehen, war aber für die Teilnehmer kein zentraler Treiber.

#### 2. Anlässe für energetische Sanierungen

Anlässe über eine energetische Sanierung nachzudenken gibt es zahlreiche. Auffällig ist, dass sich Eigenheimbesitzer kontinuierlich mit dem Zustand ihres Hauses beschäftigen und allgemeine Sanierungsmaßnahmen im Kopf haben. Dabei gibt es geplante Anlässe wie etwa den Ausbau des Hauses, z.B. der Keller- oder Dachräume oder spontane Anlässe wie etwa den Austausch defekter Teile. Der häufigste Anlass ist die Übertragung von Eigentum durch Erwerb oder Erbschaften. Nicht zu unterschätzen sind auch Defekte oder Mängel. In diesen Fällen muss manchmal sehr schnell entschieden werden, so dass hier für die Eigentümer eine besondere Herausforderung in der Entscheidungsfindung besteht.

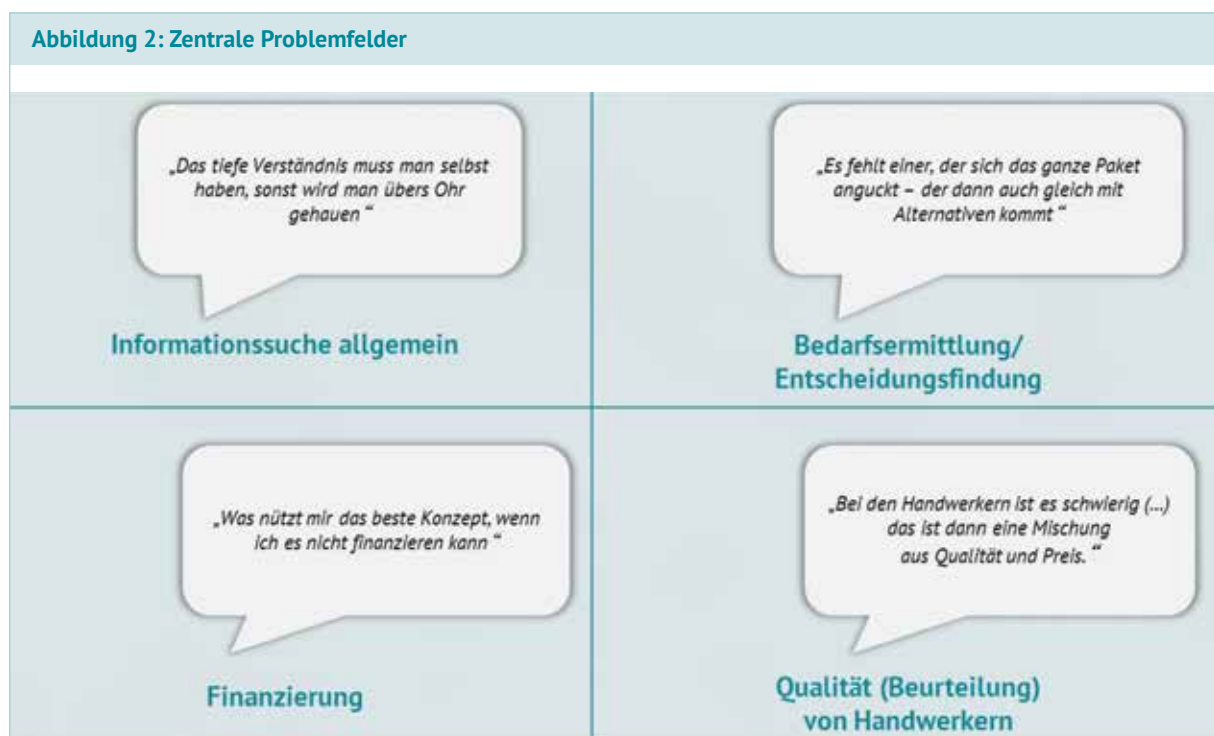
#### 3. Zentrale Problemfelder – über allem steht Vertrauen

Neben den Anlässen und Motiven für energetische Sanierungen haben die Tiefeninterviews **vier zentrale Problemfelder** zu Tage gebracht, aus denen sich die Fragen an den Energieberater und die Anforderungen an einen individuellen Sanierungsfahrplan ergeben:

- **Informationssuche:** Eigentümer wollen den Sinn von Maßnahmen sowie verschiedene Optionen verstehen. Sie wünschen sich Informationen über Material und Technik, Finanzierungs- und Fördermöglichkeiten und mögliche Durchführer von Maßnahmen (Planer, Handwerker, Firmen...). Dabei gibt es nicht DIE EINE Informationsquelle, auf deren Kompetenz und Vertrauenswürdigkeit man sich verlassen kann. Es werden eine Vielzahl von Quellen und Ansprechpartnern (u.a. Internet, KfW, Bank, Energieberater) aufgesucht. Über alle Befragten hinweg hat sich jedoch eine Informationsquelle als besonders hilfreich und vertrauenswürdig ergeben: Der befreundete Experte (Bekanntete, die z. B. Handwerker, Schornsteinfeger, Architekt oder Bauingenieur sind).

- **Bedarfsermittlung:** Um eine energetische Maßnahme durchzuführen, brauchen Eigenheimbesitzer Sicherheit darüber, was zu tun ist und wann.
- **Finanzierung:** Zwar haben schon viele von den existierenden KfW-Förderprogrammen gehört, jedoch besteht häufig diffuses Halbwissen (auch durch schlechte Beratung) darüber was, wie, in welcher Form förderungswürdig ist sowie Unmut über hohen bürokratischen Aufwand. So bleiben viele Finanzierungsmöglichkeiten über Förderung ungenutzt.
- **Qualität und Beurteilung von Handwerkern:** Ein sehr kritischer Punkt bei der Durchführung von energetischen Sanierungen ist die Suche nach Handwerkern. Befragten fällt es schwer, kompetente Handwerker zu finden, Angebote einzuholen und diese zu vergleichen. Hier verlässt man sich im Zweifel auf Empfehlungen oder greift auf bewährte Dienstleister zurück. Eigenheimbesitzer eignen sich lieber Eigenexpertise an, um Angebote besser vergleichen zu können und führen kleinere energetische Sanierungsarbeiten selber durch, statt diese aus der Hand zu geben.

Abbildung 2: Zentrale Problemfelder



#### 4. Knackpunkt Energieberatung

Nur wenige Teilnehmer haben eine professionelle Energieberatung in Anspruch genommen oder wussten überhaupt von deren Existenz. Die Varianz bei den in Anspruch genommenen Beratern ist groß: von befreundeten Architekten über Berater der Verbraucherzentrale, proKlima bis hin zu freien Beratern (Architekten, Bauingenieuren etc.). Die Erwartungen an eine Energieberatung sind sehr unterschiedlich und reichen von „Energieberatung als notwendiges Übel“ bis hin zu „Energieberatung als wichtige Informationsquelle“. Die Erfahrungen mit Energieberatungen sind hoch individuell – tendenziell wurde die Qualität in Hannover höher eingeschätzt als in der Region Berlin. Insgesamt ist die Preisbereitschaft für eine Energieberatung jedoch eher gering.

#### Der individuelle Sanierungsfahrplan – „Eigentlich eine super Sache“

Grundsätzlich wurde die Begrifflichkeit „individueller Sanierungsfahrplan“ verstanden und mit den richtigen Inhalten assoziiert – und das obwohl seine Gestaltung zu diesem Zeitpunkt unbekannt war. Er wurde als eine hilfreiche Unterstützung angesehen. Dennoch äußerten die Befragten auch Zweifel, denn nur unter bestimmten Voraussetzungen wäre der individuelle Sanierungsfahrplan für sie eine „super Sache“. Neben dem Wunsch nach einem dynamischen Fahrplan, den die Eigenheimbesitzer den individuellen Bedürfnissen und dem Planungshorizont entsprechend mitgestalten können, äußerten die Teilnehmer zwei zentrale Bedenken:

- **Fehlen eines kompetenten und vertrauenswürdigen Absenders:** Gewünscht werden am ehesten staatliche Institutionen, vor allem kommunale Einrichtungen, bei denen allerdings die Sorge besteht, dass diese nicht immer „auf dem neuesten Stand“ sind. Weiterhin werden Energieberatungsbüros der Gemeinde, TÜV, proKlima (Hannover) oder Verbraucherzentralen als mögliche Absender genannt. Energieberater werden als Absender vermutet, aber nicht als vertrauensvoll wahrgenommen. Hohe Kompetenz wird hingegen Architekten oder Bauingenieuren zugesprochen. Sorge besteht auch, dass dritte Akteure, wie etwa Banken oder Versorger, den Sanierungsfahrplan ausstellen.
- **Geringe Preisbereitschaft:** die Preisbereitschaft ist äußerst gering bzw. variiert stark, es wurden Beträge zwischen 100 und 1.000 Euro genannt. Bevorzugt wird ein steuerlich geförderter Sanierungsfahrplan. Außerdem sind Kostenmodelle genannt worden, die sich beispielsweise an der Größe des Hauses oder den Investitionssummen orientieren.

In der zweiten Phase der qualitativen Marktforschung wurden 7 Teilnehmer in zwei Kleingruppen gebeten, getrennt voneinander eine eigene Version eines individuellen Sanierungsfahrplans zu erstellen.

Die erste Gruppe löste dieses Problem, indem sie sich vom Beratungskontext befreite und ein Online-Tool entwickelte, das auf der Autonomie und den Informationsbedürfnissen des Sanierers beruht. Es kombiniert die Angebotsrecherche und den Fahrplan miteinander. Hier wird nur dann ein externer Berater eingeschaltet, wenn man selbst nicht mehr weiter kommt, seine Daten überprüfen lassen möchte oder eine andere Frage aufkommt. Die zweite Gruppe hingegen erstellte ein Konzept eines kompetenten und neutralen Begleiters, bei dem die Form des Sanierungsfahrplans zunächst zweitrangig ist und der Absender der wichtigste Ansatzpunkt ist.

Die beiden Ideen aus den Kleingruppen wirkten zunächst widersprüchlich, drehten sich jedoch bei näherer Betrachtung um das gleiche Grundproblem: Das Instrument „individueller Sanierungsfahrplan“ ist immer nur so gut wie sein Absender. Das heißt **Kompetenz und Vertrauen** bei der Erstellung stehen im Mittelpunkt.

### Zusammenfassung der Ergebnisse

Was bedeuten die Ergebnisse der Marktforschung nun für einen Einstieg und die Ausgestaltung des individuellen Sanierungsfahrplans?

- **Sanierung ist keine einmalige Angelegenheit, sondern ein fortlaufender Prozess:** Eigentümer wünschen sich eine Begleitung und Anleitung über den gesamten Zeitraum – von der ersten Überprüfung bis zur Fertigstellung und sogar darüber hinaus.
- **Jeder Anlass sollte Einstieg in die Erstellung eines individuellen Sanierungsfahrplans werden:** Schwerpunkte sind der Eigentumsübertritt und Defekte.
- **Persönliche Ziele und klimapolitische Ziele müssen verbunden werden:** Der Zielpfad des Fahrplans und dessen Kommunikation muss die Wünsche der Eigentümer miteinbeziehen.
- **Autonomiebedürfnis berücksichtigen und Informationen bündeln:** Aufgrund von Informationsasymmetrie zwischen Laien und Fachleuten, der Schnelligkeit des technischen Fortschritts und dem geringen Vertrauen in den Markt, wird das Autonomiebedürfnis der Eigentümer eher höher. Selbst Informationen zu sammeln, zu vergleichen und beurteilen zu können ist zentral.
- **Einbindung vertrauter öffentlicher Akteure bzw. Etablierung starker regionaler Akteure:** Am ehesten wird kommunalen Behörden oder der „Stiftung Warentest“ vertraut. Es zeigt sich aber am Beispiel „proKlima“, dass auch neu etablierte regionale Akteure sehr erfolgreich in der Ansprache sein können.
- **Befreundete Experten finden und einbeziehen:** Der „befreundete Experte“ spielte eine große Rolle in der Beurteilung von Maßnahmen, Durchführern und der Umsetzung – insbesondere um Vertrauensdefizite gegenüber dritten Beratern und Umsetzern zu überbrücken. Für einen Einstieg in den iSFP sollte dieser Personenkreis stärker eingebunden bzw. als Kommunikationskanal aktiviert werden.
- **Eine Kommunikationsstrategie muss die Vorteile eines iSFP in den Vordergrund stellen:** Eine Kommunikationsstra-

ategie sollte darauf aufgebaut werden, dass das Thema Sanierung bzw. „Zustand des Eigenheims“ ohnehin relevant für Eigentümer ist. Die weiteren Vorteile eines iSFP und mögliche Mehrwerte jenseits energetischer Aspekte müssen ins Zentrum gerückt werden.

- **Flexibilität und Aktualisierbarkeit:** Eigentümer möchten ihre Planung nur bedingt aus der Hand geben und ihre individuelle Lebenssituation, wie z.B. finanzielle Situation oder den Planungshorizont berücksichtigen. Es sollten möglichst viele individualisierbare Elemente enthalten sein, die sich bei Änderungen aktualisieren lassen.
- **Darstellung, ob und wie sich Maßnahmen lohnen:** Für Eigentümer ist es von zentraler Bedeutung, dass sich die durchgeführten Maßnahmen lohnen. Dies betrifft wirtschaftliche Aspekte, aber auch zusätzliche Nutzen der Maßnahme wie z. B. Komfortsteigerung, Raumgewinnung oder Barrierefreiheit.
- **Übersichtliche Darstellung technischer Details:** Die Interviews haben gezeigt, dass die Darstellung und Aufbereitung der Informationen von zentraler Bedeutung für die Akzeptanz und Umsetzung ist. Wichtig ist, die Eigentümer nicht mit Informationen zu überfrachten.
- **iSFP als Teil einer Energieberatung mit spürbarem Mehrwert:** Laut der befragten Eigenheimbesitzer sollte eine sinnvolle Energieberatung eine sehr umfassende neutrale und unabhängige Beratung (inkl. Kosten), praktische Hinweise (z.B. Handwerker), eine kritische Abwägung der Maßnahmen (höhere Glaubwürdigkeit) und ein umfassendes und verständliches Gutachten mit Empfehlungen enthalten.
- **Etablierung von Add-on Mehrwerten:** Neben einem Standardpaket, das aus Sicht der Eigentümer staatlich („steuerlich“) gefördert werden sollte, lassen sich eine Reihe von zusätzlichen Mehrwerten des iSFP für Eigentümer, welche von Marktakteuren angeboten werden können, aus den Interviews ableiten. Diese umfassen u.a. die Handwerkersuche, Anleitungen zum Selbermachen, Frühwarnsysteme (z.B. rechtzeitig vor Ausfall der alten Heizung), Technik-Updates oder ein Scheckheft (Übergabe an Nachnutzer).

Abbildung 3: Relevante Merkmale für den Einstieg und die Gestaltung eines individuellen Sanierungsfahrplans



## Diskussionsergebnisse des fachlichen Beirats

Neben den Eigentümerbefragungen wurde auch ein Experten-Delphi mit einem fachlichen Beirat durchgeführt. In insgesamt zwei Delphi-Runden wurden die Ergebnisse der Marktforschung geschärft und zu Thesen zusammengefasst. Ergänzend zu den Ergebnissen der Eigentümerbefragung, sollte der iSFP frei von Verkaufsinteresse sein und durch verlässliche politische Rahmenbedingungen Planungssicherheit und ein solides Qualitätsniveau schaffen. Dabei sollte die Politik nicht von der ursprünglichen Strategie zum iSFP aufgrund von Partikularinteressen abweichen. Besonders auch aufgrund des fehlenden Vertrauens, das einen zentralen Punkt in den Befragungen darstellte, sollte ein einfacher Zugang zu qualitativer Energieberatung, die auf individuelle Bedürfnisse eingeht, ermöglicht werden. Wichtig ist auch, ein möglichst niedrigschwelliges Instrument zu schaffen, das nicht durch zu hohe Komplexität den Einstieg erschwert. Es sollte auf soliden Berechnungsgrundlagen basieren und Mehrwerte kommunizieren. Im Rahmen der Experten-Delphis entstand die Idee, zwei verschiedene iSFP-Varianten anzubieten, die verschieden hohe Zugangsschwellen, einmal mit und einmal ohne Bezug zur BAFA Beratung, beinhalten. Darüber hinaus sollte ein neutraler Einstieg ermöglicht werden, der zu einem späteren Zeitpunkt durch verschiedene Zusatzleistungen ergänzt werden kann. Laut fachlichem Beirat wäre ein iSFP, der persönliche und Online-Aspekte über alle Beratungsphasen hindurch (Planung, Umsetzung, Monitoring) verbindet, und in dem die Zielgruppen selber entscheiden, zu welcher Zeit sie wen einbinden und welche Informationen sie haben möchten, eine denkbare Lösung.

## ABGLEICH DER EIGENTÜMERANFORDERUNGEN MIT DEM ENTWURF

Im Rahmen des Projekts wurden der vorliegende Entwurf des individuellen Sanierungsfahrplans, wie er während der Projektlaufzeit durch das vom BMWi beauftragte Konsortium konzipiert wurde, mit den Eigentümeranforderungen abgeglichen. Dies betrifft insbesondere die zwei Broschüren für Eigentümer, die Kurzbroschüre „Mein Sanierungsfahrplan“ und die Detaildarstellung „Umsetzungshilfe für Ihre Maßnahmen“ sowie ein Handbuch, eine Kurzanleitung und eine Checkliste für Energieberater (Stand Juli 2016).

Kernstück der Broschüre „Mein Sanierungsfahrplan“ ist eine ausklappbare Übersichtsseite, die den Fahrplan zusammenfasst und übersichtlich die Reihenfolge der Maßnahmen, aufgetragen auf einen individuellen Planungshorizont, zeigt. In einem ersten Schritt kann anhand einer Blankofassung eine Vision der Maßnahmen und des Planungshorizonts skizziert werden. Weiterhin ist eine Darstellung des Ist-Zustandes des Gebäudes enthalten sowie „nächste Schritte“. Eine weitere Individualisierung durch Fotos ist möglich. Die Darstellung der Wirtschaftlichkeit erscheint nicht unbedingt selbsterklärend. Langfristige Kostenprognosen wurden von den Experten des Beirats als unrealistisch, weil unsicher bewertet. Eine explizite Möglichkeit, energiefremde Wünsche direkt zu berücksichtigen fehlt. Das Sanierungsziel orientiert sich an der Prämisse eines energetischen „best-möglich-Prinzips“. Für die „Nächsten Schritte“ werden alle Informationen auf einer Seite komprimiert dargestellt. Dies steht der Übersichtlichkeit im Wege. Auch fehlt Raum, Brücken zu Themen wie Komfort, Ästhetik und anderen Wünschen zu schlagen.

Nach Stand der Planung im Projektzeitraum soll der iSFP einmalig im Rahmen einer Vor-Ort-Beratung in Papierform erstellt werden. Dies lässt den Wunsch der Eigentümer nach einem möglichst dynamischen und auf sich verändernde Wünsche und Rahmenbedingungen hin anpassbaren individuellen Sanierungsfahrplan unbeantwortet. Die Checkliste für Energieberater verleitet zur rein technischen Abfrage. Hinweise für eine bedürfnisorientierte Ansprachestrategie fehlten im Entwurf zunächst, jedoch wurden im Rahmen des Projekts didaktische Hinweise zum Handbuch beigesteuert und ergänzende Angebote entwickelt (siehe S. 21ff.).

## ANWENDUNGSTEST DES ENTWURFS

### Gruppendiskussion

In einer weiteren qualitativen Marktforschungsrunde mit sechs Eigenheimbesitzern im Februar 2017 wurden die Entwürfe der Dokumente des iSFP „Mein Sanierungsfahrplan“ sowie die „Umsetzungshilfe für Ihre Maßnahmen“ evaluiert. Die Eigentümer bewerteten beides sehr positiv und als gut verständlich. Sie adressieren das Bedürfnis der Zielgruppe nach Orientierung und Planungssicherheit. Insbesondere die Aufteilung in einen Überblick über die einzelnen Sanierungsschritte im Zeitverlauf und umfangreichere Informationen zu den jeweiligen Maßnahmen wurden positiv beurteilt. Die Teilnehmer bedauerten jedoch, dass neben anstehenden nicht auch in der Vergangenheit umgesetzten Maßnahmen ausführlicher dargestellt werden. Dies sei als eine Art „Scheckheft“ bei Kauf oder Verkauf wünschenswert.

*„Mit dem individuellen Sanierungsfahrplan sehe ich auf einen Blick, was auf mich zukommt. Ich will ihn aber auch beim Kauf-/Verkauf nutzen können (scheckheftgepflegt)“*

Der Plan (vor allem die Umsetzungshilfe) stärkt aus Sicht der Teilnehmer die eigene Kompetenz, auch beim Einholen von Angeboten und gegenüber Umsetzern, und wird als hilfreich bei der Beantragung von Fördermitteln oder Krediten wahrgenommen. Die Darstellung von Kosten, Einsparungen und Fördermöglichkeiten in der Übersicht wurde schlecht verstanden. Vor allem konnte jedoch die Frage, wer ein geeigneter kompetenter und vertrauenswürdiger Anbieter des iSFP sein könnte, weiter nicht beantwortet werden.

*„Ich finde einen Sanierungsfahrplan sinnvoll. Ich muss mich nicht auf Aussagen von Handwerkern verlassen. Ich brauche aber einen Anbieter, der mich vertrauensvoll begleitet“*

Trotz eindeutiger Nutzenwahrnehmung wurde eine geringe Preisbereitschaft artikuliert.

*„So richtig wird mir nicht klar, warum ich dafür z.B. 1.000 EUR bezahlen soll. Eigentlich müsste ich das umsonst bekommen, weil das ja von der Politik gewollt ist und der Allgemeinheit nützt“*

Als der Preis im Verhältnis zum Wert des eigenen Hauses und dem Beratungsumfang diskutiert wurde, entstand jedoch prinzipielle Zahlungsbereitschaft. Es wurde dennoch der Wunsch nach einem onlinebasierten Tool neben der Papierform deutlich, da dieses flexibel erlaubt, sich verändernde Pläne, finanzielle Gegebenheiten, Energiepreise, Förderangebote oder Gesetze zu berücksichtigen.

*„Mir wäre das durchaus etwas wert. Ich möchte das aber auch online haben und informiert werden, wenn es gute Förderprogramme o. ä. gibt, meine Pläne sich ändern oder um Angebote zur Umsetzung anzufragen“*

### Feldtest im Rahmen von Vor-Ort-Beratungen

Im Rahmen von sechs geförderten Vor-Ort-Energieberatungen in NRW wurden Eigentümer nach der Vorstellung der Ergebnisse anhand eines Leitfadens befragt<sup>21</sup>, wie sie die alternative Darstellung des iSFP bewerten. Auch diese Eigentümer fanden die Aufbereitung gut verständlich, übersichtlich und hilfreich. Der Textumfang wurde unterschiedlich beurteilt. Die Eigentümer wünschten sich mehr Illustrationen. Die Darstellung der Energiekosten und die differenzierte Ausweisung von Instandhaltungskosten erscheinen nicht direkt einleuchtend. Sanierungsziele waren meist Energieeinsparungen und Ästhetik sowie Behaglichkeit und Umbauwünsche. Umwelthemen wurden als nachrangig, energiepolitische Begriffe (wie Primärenergiebedarf) wurden als verwirrend eingestuft. Auch der Begriff Sanierungsfahrplan wurde als erklärungsbedürftig wahrgenommen. Der iSFP scheint geringeres Interesse zu wecken, wenn der Fokus auf Einzelmaßnahmen liegt. Der Planungshorizont beträgt meist maximal 5 Jahre.

21 Durchgeführt von einem Energieberater der EVECON EE ENERGY ENGINEERS GmbH



## Diskussion mit Energieberatern

In einem Workshop mit Energieberatern<sup>22</sup> wurden diese hinsichtlich der Gestaltung des iSFP befragt und dies durch eine Onlinebefragung im Nachgang nochmals ergänzt. Insgesamt wurde der iSFP eher kritisch bewertet. Ein Kritikpunkt ist, dass er den eigenen Arbeitsaufwand nicht angemessen widerspiegelt. Ein weiterer Kritikpunkt war eine befürchtete Überforderung der Kunden. Die Energieberater empfanden viele Ziele des iSFP als nur ungenügend umgesetzt, etwa die Vermittlung einer langfristigen Orientierung oder komplexer Zusammenhänge. Ein Grund für die Bewertung scheint vor allem in der „professionellen Brille“ der Energieberater zu liegen. Sie bewerten ihn nicht nur als mögliches individuelles Unterstützungstool, sondern sehen diesen auf einer strategischen Ebene auch im Wettbewerb mit anderen Beratungsangeboten.

### Kernergebnisse des Abgleichs und des Anwendungstests:

- Eine zielgruppengerechte Darstellung scheint grundsätzlich gelungen. Die Nutzerfreundlichkeit sollte jedoch regelmäßig evaluiert werden.
- Energiefremde Motive und bereits umgesetzte Maßnahmen finden noch nicht genügend Raum.
- Einzelne Aspekte wie Kosten-/Nutzen-Darstellungen sollten optimiert werden.
- Vor allem werden die Bedürfnisse der Eigentümer nach Orientierung und Autonomie bedient.
- Der Wunsch nach einer dynamischen (anbieteroffenen) Onlinevariante ist stark, jedoch noch nicht umgesetzt.
- Die geringe Preisbereitschaft könnte durch Kommunikation und Mehrwertangebote erhöht werden.
- Energieberater sehen den iSFP kritischer. Vorteile für sie müssen besser kommuniziert werden.

## IV. VORSCHLÄGE ZUR EINBETTUNG DES INDIVIDUELLEN SANIERUNGSFAHRPLANS UND KONZEPTIONELLE VERBREITUNGSSTRATEGIEN

### INTEGRATIVER ANSATZ ZUR EINFÜHRUNG DES ISFP

Zur Einführung bedarf es eines integrativen Ansatzes im Sinne einer Einbettung des individuellen Sanierungsfahrplans in eine Gesamtstrategie auf mehreren Ebenen.

Die Strategie beinhaltet zum einen Hebel zur Verbreitung wie die sinnvolle und zielgerichtete **Einbettung in bestehende gesetzliche und förderpolitische Anforderungen und Rahmenbedingungen**. Außerdem sollte die Einführung mit einem **zielgruppenspezifischen Kommunikationskonzept** unterstützt werden. Es geht dabei nicht um eine Imagekampagne. Im Gegenteil muss das Konzept sehr viel kleinteiliger versuchen, die tatsächlichen Entscheidungskontexte der Eigenheimbesitzer zu erreichen.

Zur Umsetzung des individuellen Sanierungsfahrplans bedarf es dann außerdem Hebeln, die die Wirkung betreffen, wie ganz konkrete **didaktische Hilfsmittel und eine gezielte Qualifizierung** von Energieberatern. Denn die Marktforschung hat gezeigt, dass Sanierung immer von der Energieberatung abhängt und hier sehr unterschiedliche Erfahrungen den Ausschlag geben können. Vielen Eigenheimbesitzern ist Energieberatung – trotz zahlreicher staatlicher Bemühungen – kein Begriff und wenn, ist dieser oft nicht positiv besetzt. Ein Perspektivwechsel, wie er vom individuellen Sanierungsfahrplan vollzogen werden soll, passiert nicht automatisch mit Erstellung des Berichtes, sondern ist in ganz entscheidender Weise von der Herangehensweise des Beraters abhängig. Dieser Aspekt wurde auch immer wieder im Projektbeirat problematisiert. Damit Qualifizierung auch in einer steigenden Beratungsqualität mündet, müssen die **Daten aus Beratungen und Ergebnissen systematisch und anonym evaluiert** und plausibilisiert werden. Auf diese Weise kann Neutralität und Qualität staatlich sichergestellt werden. Neben dieser staatlichen Einbettung des Instruments muss außerdem eine **Öffnung des Ansatzes für den Markt** vorgesehen werden. Neue Ansätze und Modelle müssen auf die **Datenbasis** des individuellen Sanierungsfahrplans aufsatteln können, um hier dann auch Mehrwerte anbieten und die persönlichen Wünsche, Prozesse und Veränderungen der Menschen einbeziehen zu können.



Im Gesamtpaket des integrativen Ansatzes hat der Eigentümer dann gleich mehrere Schnittstellen, an denen er mit dem individuellen Sanierungsfahrplan in Berührung kommen könnte. So kann sichergestellt werden, dass die Anstrengungen einer Neueinführung bei Eigentümern auch auf Kenntnis und offene Ohren stoßen. Dabei sollte immer die persönliche Motivlage des Eigentümers angesprochen werden, um ihm seine Vorteile zu verdeutlichen.

## ADD-ON GESCHÄFTSMODELLE: DIE ANBIETERPERSPEKTIVE

Damit der iSFP über eine einmalige Beratungsleitung hinaus als dauerhaft motivierendes Instrument für Eigentümer etabliert werden kann, müssen Geschäftsmodelle entwickelt werden, die langfristige Mehrwerte für den Kunden bieten. Die Integration in den Markt ist also eine Grundvoraussetzung für Dynamisierung und die Erhöhung der Preisbereitschaft beim Eigentümer. Wie Geschäftsmodelle aussehen könnten, wurde in mehreren Veranstaltungsformaten<sup>23</sup> mit Teilnehmern aus der Energiebranche, Technikanbietern, Dienstleistern, Verbänden und Start-Ups diskutiert. Grundlage war die im Sommer 2016 vorliegende Entwurfsversion des iSFP, die politischen Anforderungen und die Marktforschung des vorliegenden Projekts. Im Ergebnis ergab sich dabei folgendes Bild:

Der derzeitige Status Quo wird als **anbieterzentriert** beschrieben. Dreistufige Vertriebswege sowie Anbieter- und Energieversorgungsunternehmen mit unterschiedlichen Interessen führen zu einem Spartendenken innerhalb der Branche, „cross-selling“-Kooperationen finden nicht statt. Geringe Umsätze, niedrige Energiepreise und ein stark segmentierter Handwerkermarkt werden als Hürden empfunden. Aus Sicht der Anbieter fehlt ein „Kümmerer“, der aus Kundensicht den gesamten Prozess bündeln könnte. Darüber hinaus fehlt es an „After-Sales“-Kundenbindung, Kombi-Systemen und attraktiven Contracting-Modellen.

Der iSFP wird als Schritt in die richtige Richtung gesehen, da auch aus Sicht der Branche das Ziel sein muss, ein **kundenzentriertes Produkt** zu etablieren. Hierfür wurden in einem Workshop folgende Elemente erarbeitet:

- Dauerhafte Begleitung des Kunden
- Real-time, real-performance (Einsparzähler)
- Skalierbare Kombiprodukte
- Flatrate von Versorgern – Einsparung als revenue stream
- Datenbasierte Modelle, XaaS (Everything as a Service)
- Onlineportal für iSFP – digitaler iSFP + Anknüpfungspunkte
- Online-Abfrage/Eingabe
- Hybridprodukte, -systeme

23 DENEFF AG-Tage (16.09.2016), Bar-Camp (11.10.2016), Round Table (06.12.2016)

Der Weg zu einem kundenzentrierten Marktmodell wird dabei unterschiedlich bewertet. In den Veranstaltungen wurde deutlich, dass die verschiedenen Anbieter und Branchenunternehmen selbst nicht definieren können, wer die Rolle eines „ganzheitlichen Kümmerers auf Dauer“ übernehmen könnte. Unterschiedliche Kooperations- und Akteursmodelle sind denkbar. Ohne verlässliche politische Rahmenbedingungen und Grundvoraussetzungen werden Anbieter nicht von selbst aktiv, um Geschäftsmodelle zu entwickeln. Absolut notwendige Grundvoraussetzung für weiterführende Geschäftsmodelle sind belastbare, aggregierte und online zur Verfügung stehende Daten (intern & extern). Hier wird der iSPF zum einen als große Chance, zum anderen rückwärtsgewandt gesehen, da eine Beschränkung auf ein reines Print-Produkt, das Layout und die Terminierung „Sanierungsfahrplan“ als unmodern und unpopulär eingeschätzt wurden. Die Aufmachung sollte sich eher an Themen wie „Zukunft“, „Design“ oder „Tuning“ orientieren. Interessant sind vor allem Mehrwertprodukte, aufbauend auf den gesammelten Daten, die über Zeitreihen und Monitoring eine langfristige Kundenbindung ermöglichen. Nur wenn die Daten – nach Freigabe des Kunden – dem Anbieter zur Verfügung stehen, können skalierbare Kombi-Produkte (Heizung, Hülle, Versorgung) angeboten werden. Außerdem werden Anknüpfungspunkte zu smarten Finanzierungsmodellen gesehen, die beispielsweise eine Verknüpfung mit Bonusprogrammen vorsehen.

Auf großes Interesse stießen alle Ideen, die die Bedürfnisse des Kunden in den Mittelpunkt stellen und den Kunden selbst befähigen, erste Einschätzungen zum energetischen Zustand seines Hauses zu machen. Dies könnte zum Beispiel durch Apps zur Einschätzung des Hauses erfolgen. Die Möglichkeit sich auf niederschwellige Art und Weise unabhängig vom Energieberater einen Eindruck über den energetischen Zustand seines Gebäudes zu machen, ist ein wichtiger Türöffner. Auch die Verknüpfung mit angrenzenden Themen wie Design, Komfort, Sicherheit oder Barrierefreiheit werden als sehr hoch eingestuft.

## STRATEGISCHE MASSNAHMEN: DIE POLITIKPERSPEKTIVE

Die Entwicklung von Politikempfehlungen<sup>24</sup> wurde im Projekt in einem mehrstufigen Verfahren umgesetzt. Dabei wurden die Ergebnisse der zweiten Marktforschungsrunde Anfang 2017 mit einer Liste vom Projektbeirat und einem Dialogforum mit Stakeholdern<sup>25</sup> diskutierten Maßnahmen abgeglichen.

**Tabelle 3: Übersicht: Auf welchen Insights können welche politischen Maßnahmen aufbauen?**

Insight	Anforderung für Politikmaßnahmen
„Ich finde einen Sanierungsfahrplan sinnvoll, brauche aber einen Anbieter, der mich vertrauensvoll begleitet“	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Akteure qualifizieren (methodisch und empathisch)</li> <li>• regionale Kompetenzcluster aufbauen</li> <li>• Unabhängigkeit kontrollieren</li> </ul>
„Ich möchte das online haben und erinnert/informiert werden, wenn es gute Förderprogramme o.ä. gibt, meine Pläne sich ändern oder um Angebote zur Umsetzung anzufragen“	<ul style="list-style-type: none"> <li>• offene Schnittstelle anbieten, auch für Mehrwertdienste (z.B. Eigenheimmanager)</li> <li>• Online-Datenbank mit Möglichkeiten für Förderprogrammwerbung</li> </ul>
„Mit dem individuellen Sanierungsfahrplan weiß ich, was auf mich zukommt. Ich will ihn aber auch beim Kauf-/Verkauf nutzen können (Scheckheft-gepflegt)“	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Umgesetzte Maßnahmen (Scheckheft) umfangreicher darstellen</li> <li>• Erstellung bei Eigentümerwechsel</li> </ul>
„Ich weiß nicht, was ein iSPF ist und warum ich z.B. 1.000 EUR dafür bezahlen soll“	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kommunikationsoffensive</li> <li>• Sonderförderung &amp; Verbändeinitiative für die „1. Million“</li> <li>• Jeden Anlass zur Information nutzen (Heizungsetikett)</li> </ul>

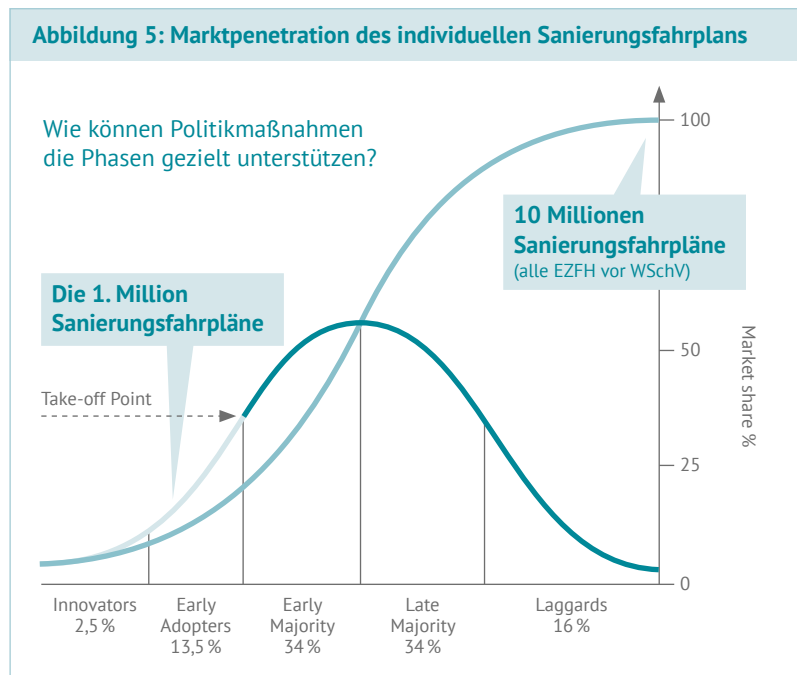
Bei der Markteinführung ist zu berücksichtigen, dass es unterschiedliche Phasen der Adoption neuer Produkte am Markt gibt. Laut Diffusionstheorie nach Rogers<sup>26</sup> lässt sich diese in der Regel in der Form einer S-förmigen Diffusionskurve darstellen. Es existieren bei jeder Innovation unterschiedliche Käufergruppen, die aufeinander folgen: Innovatoren, frühe Adoptoren, frühe Mehrheit, späte Mehrheit und Nachzügler. Den Innovatoren und Frühadoptoren kommt im

<sup>24</sup> Hinweis: Es handelt sich im Folgenden nicht um eine abgestimmte Verbandsposition der DENEFF

<sup>25</sup> 10.11.2016, Berlin

<sup>26</sup> <http://www.marketinglexikon.ch/terms/83>

Adoptionsverlauf eine Schlüsselrolle zu, da sie die ersten sind, die eine Innovation übernehmen und dann in die Ausbreitung tragen (können). Ausgehend von 10 Mio. zu adressierenden Eigentümern sanierungsbedürftiger Ein- und Zweifamilienhäuser gilt es, die erste Million Sanierungsfahrpläne als „kritische Masse“ in den Markt zu bringen. Die folgenden Politikmaßnahmen haben das Potenzial, die Marktdurchdringung des iSFP deutlich zu beschleunigen und die Umsetzung der Sanierungsmaßnahmen anzuregen. Sie lassen sich kombiniert mit Kommunikationsmaßnahmen entlang der Marktdiffusionskurve einordnen.



### Stufe 1: Einführung (Innovatoren und Frühadaptoren)

Im Rahmen der **BAFA-Vor-Ort-Beratung** wird die Erstellung des individuellen Sanierungsfahrplans als neuer Standard gefördert. Die **Expertenliste** (Webseite) verweist auf (besonders qualifizierte) Energieberater.

Eine **offene und standardisierte Datenschnittstelle** ermöglicht es Verbrauchern, die Umsetzung von Maßnahmen und Erfolge nachzufassen, ihren Fahrplan dynamisch anzupassen und sich wenn gewünscht mit Handwerkern, Banken, Planern oder Anbietern von Mehrwertdiensten auszutauschen.

Die ersten **1. Mio. Sanierungsfahrpläne** werden voll gefördert (bis zum Take-Off-Point) um Mundpropaganda anzustoßen. In dieser Phase sollte die Nutzerfreundlichkeit eng evaluiert werden.

Als **freiwillige Selbstverpflichtung** von Verbänden startet die Initiative „**1 Mio. Einstiege**“. Verbände (Eigentümer, Energieberatung, Handel, Bausparkassen etc.) unterstützen die Einführung. Dafür stellt die Bundesregierung ihnen Promotion-Kits zur Verfügung („Freundschaftsangebot“). Die **Gründung regionaler Beratungscluster** (Vorbild enercity, EZA) ist Kernbestandteil der Initiative. Die Cluster verständigen sich auf gemeinsame Standards, eine zentrale Anlaufstelle (z.B. Hotline, Webseite) in der Region und vermitteln Kontaktdaten von Umsetzern (Handwerker, EDL etc).

Im Rahmen der Erstellung des **Heizungsalтанlagenlabels** (Feuerstättenschau) händigt der Aussteller (Handwerker oder Schornsteinfeger) einen Flyer mit Blankofahrplan aus, bei dem die 1. Maßnahme (z.B. Heizungstausch) eingetragen und die Inanspruchnahme einer Vor-Ort-Beratung empfohlen wird. Die Gasanbieter verpflichten sich, bei der Umstellung von H-/L-Gas auf den Sanierungsfahrplan hinzuweisen (regionale Anbieter, Expertenliste, Promotion).

Die Bundesregierung fördert mit einem **Weiterbildungspaket** eine Qualifizierung für die Erstellung von Sanierungsfahrplänen. Die Förderung erfolgt als Cashback nach 10 durchgeführten Beratungen.

### Stufe 2: Verbreitung (Frühe Mehrheit)

Zur **Sicherung der Unabhängigkeit der Energieberatung** startet möglichst frühzeitig (ggf. bereits während Stufe 1) eine behördliche digitale Erfassung und Plausibilitätsprüfung neu ausgestellter Fahrpläne.

Die **KfW-Förderung (EBS) wird am iSFP ausgerichtet** im Anschluss an die Sonderförderung der ersten 1 Mio. Sanierungsfahrpläne. Hier sind mehrere Optionen denkbar (auch in Stufen): A. Die Förderung von Einzelmaßnahmen erfolgt nur noch, wenn ein iSFP vorliegt. B. Die Förderung ist höher, wenn ein Sanierungsfahrplan vorliegt und die umgesetzten Maßnahmen dessen Empfehlungen entsprechen oder sogar besser sind. C. Die Höhe der Förderung steigt mit der Anzahl umgesetzter Maßnahmen nach dem iSFP. Wichtig ist dabei die gleichzeitige Reduzierung des Aufwands für Antragsteller an anderer Stelle.

Die bestehende **Informationspflicht für Energieversorger** wird konkretisiert (EDL-G). Gas- und Ölversorger sowie Anbieter von Heizstromtarifen müssen ihren Kunden die Erstellung eines iSFP empfehlen und (soweit vorhanden) auf regionale Energieberatungscluster hinweisen.

Mit der Einführung des Weiterbildungsberufsbilds „**Sanierungsgeneralist im Handwerk**“ (für Poliere) wird die Umsetzung der Maßnahmen der Sanierungsfahrpläne qualitativ gestärkt.

### **Stufe 3: Etablierung (Späte Mehrheit)**

Durch **eine Erstellungspflicht bei Eigentümerwechsel** erhält jeder, der ein Gebäude übernimmt, von Anfang an einen Sanierungsfahrplan und kann so entscheiden, welche Maßnahmen er lieber gleich durchführt oder welche in den kommenden Jahren sinnvoll wären bzw. fällig werden.

**Weitere Förderprogramme werden an den iSFP gekoppelt** oder die KfW-Förderung entsprechend konsolidiert (Beispiel: Austausch von Heizungspumpen).

Bestehende **EnEV-Ausnahmen werden an den iSFP gekoppelt**, d.h. können nur in Anspruch genommen werden, wenn ein iSFP vorliegt, der freiwillige Maßnahmen empfiehlt.

„**Schattenregulierung**“: Die Bundesregierung behält sich vor, wenn freiwillige Maßnahmen, Förderung und andere relativ weiche Maßnahmen nicht ausreichen, die Erstellung verpflichtend vorzuschreiben.

## KOMMUNIKATIONSKONZEPT: DIE MARKETINGPERSPEKTIVE (ZUSAMMENFASSUNG)

### **Problem- und Aufgabenstellung:**

Die aktuelle Sanierungsrate und die Nachfrage nach Energieberatung sind zu gering, um die Klimaziele zu erreichen. Dies betrifft insbesondere 10 Millionen weitgehend unsanierte Eigenheime mit schlechtem Effizienzniveau. Die Bundesregierung plant daher u. a. die Einführung eines Sanierungsfahrplans (iSFP), der Sanierungseffizienz erhöhen und die Eigentümerbedürfnisse besser bedienen soll. Neben politischen Rahmenbedingungen und Marktangeboten kann eine Kommunikationskampagne die Einführung unterstützen.

### **Kommunikationsziel:**

Bis 2050 müssten jährlich rund 300.000 Eigenheimbesitzer einen Einstieg in ihren individuellen Sanierungsfahrplan schaffen. Als „Einstieg“ wird verstanden: jährlich 50.000 Vor-Ort-Beratungen, ergänzt durch 250.000 vorbereitende Beratungen online und stationär (Skizze). Dies kann nur auf Basis eines attraktiven und ausreichenden politischen und marktlichen Angebots gelingen.

**Die Kommunikationskampagne hat zum Ziel, dass der individuelle Sanierungsfahrplan in 4 Jahren bei 10 Millionen Eigenheimbesitzern als positiv assoziiertes und relevantes Angebot bekannt ist und mindestens 10 Prozent davon den Einstieg (im oben beschriebenen Sinne) in den iSFP geschafft haben.**

### **Positionierung und Leitidee:**

Der iSFP ist in Deutschland das einzige Beratungsinstrument für Haussanierer, das eine Verknüpfung individueller Bedürfnisse und Wünsche mit einer niederschweligen Darstellung komplexer technischer Zusammenhänge bietet. Dabei nimmt der iSFP eine langfristige Vision zur zielorientierten Umsetzung ein. Die Leitidee der Kommunikation lautet entsprechend: „Der iSFP bietet Planbarkeit künftiger Sanierungsschritte und schafft eine langfristige Vision für Haus und Bewohner.“

**Zielgruppe:**

Besonders hoch ist der Anteil von Ein- und Zweifamilienhausbesitzern vor allem in ländlichen Gebieten in Nordwestdeutschland, Bayern, Rheinland-Pfalz und dem Saarland.<sup>27</sup> Hotspot von Gebäuden, die gleichzeitig vor 1979 gebaut wurden sind das Saarland und Rheinland-Pfalz<sup>28</sup>. Eine Typologie für Haussanierer<sup>29</sup> definiert 25 Prozent der Eigentümer als „überzeugte Energiesparer“. Sie sind eher jung (Familienphase), an Energieeinsparung, Werterhalt, Behaglichkeit und Technik interessiert. Als Ansprachezeitpunkt eignet sich besonders der Erwerb. Eine weitere affine Gruppe sind „aufgeschlossene Skeptiker“ (29 Prozent). Sie würden als frühe Mehrheit in Betracht kommen, die folgt, wenn das Angebot „von sich Reden“ macht. „Engagierte Wohnwertoptimierer“ (20 Prozent) mit geringerem Bezug zum Thema aber wenig ernsthaften Barrieren könnten den beiden ersten Gruppen als späte Mehrheit folgen.

**Im Rahmen des Projekts wurden als weitere, wesentliche Consumer Insights gewonnen:**

- **Die Idee des iSFP wird verstanden. Beratungsangebote sind jedoch wenig bekannt.**
- **Klimaschutz ist kein dominantes Motiv. Es muss sich gefühlt lohnen (Werterhalt, Komfort etc.).**
- **Als Mehrwert des iSFP wird vor allem empfunden, zu wissen, was auf einen zukommt.**
- **Die Angst vor Übervorteilung durch Anbieter ist hoch. Deshalb sind befreundete Experten zentrale Bezugspersonen und das Bedürfnis hoch, autonom entscheiden zu können und auf Augenhöhe mit Handwerkern mitreden zu können.**

„Befreundete Experten“ sind damit eine wichtige **Sonderzielgruppe**. Hierzu zählen Bekannte, die z. B. Handwerker, Schornsteinfeger, Architekt oder Bauingenieur sind oder einschlägige Sanierungserfahrungen besitzen. Sie können als Anbieter oder Multiplikatoren fungieren. Die Wahrscheinlichkeit, dass jeder Hausbesitzer einen befreundeten Experten hat, der einen qualifizierten Energieberater kennt, ist sehr hoch (Kleine-Welt-Phänomen).

**Relevantes Nutzenversprechen:**

Das relevante Nutzenversprechen des iSFP für die Zielgruppe lässt sich wie folgt formulieren: „Mit dem iSFP bekommst Du eine Vision für Dein Haus, die Deinen Wünschen entspricht, weißt was auf Dich zukommt und entscheidest selbstbestimmt, wie Du es umsetzt.“

**Tonalität und Pflichtbestandteile:**

Die Tonalität der Gestaltung sollte sein: abholend aber nicht bevormundend; emotional aber nicht schockierend; motivierend aber nicht überfordernd; erstrebenswert aber nicht zu viel versprechend. Des Weiteren muss sich die Gestaltung am Corporate Design des Absenders (Bundesministerium) orientieren, die Wort-Bildmarke „Mein Sanierungsfahrplan“ enthalten und auf weiterführende Angebote (z.B. Expertenliste, Hotline) verweisen.

**Claim & Key-Visual:**

Claim (Kombination mit Wort-Bild-Marke)



Keyvisual, z.B. als Anzeigenmotiv (Mock-up)

27 BBSR Bonn (2017), INKAR (2014) (Abruf 27.04.2017)

28 Destatis (2014): Zensus (2011), Gebäude und Wohnungen

29 Stieß et al. (2010)



### Instrumente und Maßnahmen:

Um mit geringstmöglichen Streuverlusten die Zielgruppe zu erreichen, muss die Kommunikation möglichst kontextbasiert geschehen.<sup>30</sup> Plakatschaltungen scheinen hier weniger geeignet als die Nutzung von Kanälen, die in einem direkten, entscheidungsrelevanten Zusammenhang stehen, insbesondere

- Promotion durch Schornsteinfeger und Handwerker im Rahmen des Bestandsheizungslabelings (Sanierungsfahrplanskizze mit 1. Maßnahme und Beratungsgutschein)
- Give-Aways mit hilfreichen Informationen für Hausbesitzer (Checklisten, Notfallnummern)
- Initialberatungen/Aktionen in Baumärkten
- Anzeigen in Special-Interest-Medien für Hausbesitzer und Kundenzeitschriften von Bausparkassen, Eigentümervereinen etc. (idealerweise als Freianzeigen)
- Mailings, z.B. Versand durch Kommunen bei Eigentümerwechsel oder Einleger zu Energierechnungen

Für die Sonderzielgruppe „befreundete Experten“ empfiehlt sich deren Ausstattung mit „Freundschaftsangeboten“ (z.B. über Kammern), um sie für die Nutzung und Multiplikation des iSFP zu gewinnen:

- Eindrucksmaterialien (Flyer in Kampagnenoptik mit Platz für eigenes Logo/Kontaktdaten)
- Einladungsvorlagen für „Sanierungspartys“, (Weiter-)Empfehlungskarten für „befreundete Experten“
- Beratungsgutscheine (im Rahmen eines Förderangebots)
- Suchbegriffbasierte Onlinewerbung und gezielte Ads in sozialen Medien, Beispieleinträge für lokale Netzwerke wie „nebenan.de“
- Aktionen auf regionalen Hausbaumessen

### Budgetierung und Mediaplanung

Die konkrete Budgetierung und Mediaplanung (anhand der Zielgruppenbeschreibungen) war nicht Teil des Projektes und obliegt der geplanten Umsetzung durch die Bundesregierung.

## DIDAKTISCHE HILFSMITTEL UND UNTERSTÜTZUNG

Die qualitative Untersuchung der Motivlagen von Eigenheimbesitzern hat gezeigt, dass die Erstellung des individuellen Sanierungsfahrplans in eine Energieberatung eingebettet werden muss, die den Eigentümer dort abholt, wo er gedanklich steht und in der gemeinsam eine Vision entwickelt wird, mit der sich der Eigentümer identifizieren kann. Dabei stellt das Aufbauen von Vertrauen eine zentrale Voraussetzung für die Umsetzung des individuellen Sanierungsfahrplans dar.

### Toolbox „Eigentümerbedürfnisse als Schlüssel für eine erfolgreiche Energieberatung“

Als Ergänzung zu der vom BMWi-Konsortium entwickelten „Anleitung für Energieberater“ wurde in wissenschaftlicher Begleitung des IZES ein anwenderoffener didaktischer Leitfaden mit Argumentationshilfen und Beispielen entwickelt. Dieser wurde als offen konzipierte Präsentationsvorlage umgesetzt, die sowohl im Rahmen von Schulungen als auch zum Selbststudium verwendet werden kann und – auch der Empfehlung des Projektbeirates folgend – frei zur Verfügung gestellt wird. Die Toolbox vermittelt Ideen und Anregungen für Beratungsgespräche zur energetischen Sanierung von selbstgenutzten Eigenheimen. Neben Beispielen, Methoden und Techniken sind Vertiefungshinweise sowie Hintergrundinformationen (Notizfeld) enthalten.



Präsentation Toolbox

Als Instrument zur Verbreitung wurde weiterhin ein Online-Typentest entwickelt, mit dem Energieberater einen humorvollen „Persönlichkeitstest“ machen können und das Ergebnis mit ihrem sozialen Netzwerk teilen können. Zur Verbesserung der Fähigkeiten wird dann jeweils auf die Toolbox verlinkt.

30 Baetzgen, A. (2010)

### Mindmap als Reflektions- und Visualisierungs-Tool

Als weiteres didaktisches Instrument wurde eine Mindmap mit verschiedenen Themenfeldern (Motive und Interessen von Kunden, Beratungsbeziehung, Rahmenbedingungen u.a.) entwickelt, mit der in Kleingruppenworkshops oder individuell die Sicht bzw. der Erfahrungsstand von Energieberatern reflektiert werden können.

### Anwendungstest

Bei einem Workshop mit Energieberatern am 11.03.2017 wurden Toolbox und Mindmap getestet. In einer Follow-Up-Befragung wurde die Toolbox als „sehr hilfreich“ bewertet. Die Mindmap als Reflektionsmethode wurde insbesondere als Schulungsanwendung als hilfreich bewertet.

Als weitere Befunde ergaben sich in dieser Gruppe: Die eigenen Kenntnisse und Fähigkeiten werden insbesondere im Themenfeld Motive und Ziele von Kunden als sehr gut eingeschätzt. Hinsichtlich der Beratungsbeziehung, gesetzlichen Rahmenbedingungen und wettbewerbliches Umfeld wird der Wissensstand als gut bis verbesserungswürdig bewertet. Optimierungsbedarf der eigenen Kenntnisse wird vor allem bei der Prozessgestaltung gesehen. Die Dimension Prozessgestaltung als nachhaltige Implementierung des Prozessgedankens im Beratungsverständnis auf Seiten der anwendenden Energieberater könnte entsprechend bei der Marktimplementierung des iSFP eine weitere Herausforderung darstellen.

Die entwickelten Materialien können u.a. auf der Webseite der DENEFF ([www.deneff.org](http://www.deneff.org)) heruntergeladen bzw. kann dort auf diese zugegriffen werden.

## DANKSAGUNG

An dieser Stelle möchten wir uns bei allen bedanken, die das Projekt auf verschiedenste Weise unterstützt haben.

Besonderer Dank gilt dem fachlichen Beirat, der das Projekt mit wertvollen Hinweisen unterstützt hat. Mitglieder des fachlichen Beirats waren: Katharina Bensmann (Deutsche Energie-Agentur GmbH), Paula Brandmeyer (Deutsche Umwelthilfe e.V.) Corinna Kodim (Haus & Grund Deutschland – Zentralverband der Deutschen Haus-, Wohnungs- und Grundeigentümer e.V.), Tanja Loitz (co2online gGmbH), Corinna Merzyn (Verband privater Bauherren e.V.), Irina Rau (Forschungsgruppe Umweltpsychologie der Universität des Saarlandes), Prof. Dr. Alexander Schimansky (HAWK Hochschule Hildesheim/Holzwinden/Göttingen) Malte Schmidhals (Unabhängiges Institut für Umweltfragen e.V.) und Dr. Immanuel Stieß (Institut für sozial-ökologische Forschung GmbH).

Weiterhin danken wir der Deutschen Umwelthilfe e.V., der nymoen strategieberatung GmbH sowie Eveecon – EE Energy Engineers GmbH für ihre Unterstützung bei der Durchführung des Projekts.

Wir danken Sigrid Söldner und Jan Hildebrandt (Forschungsgruppe Umweltpsychologie der Universität des Saarlandes) für ihre fachkundige Begleitung.

Wir bedanken uns außerdem beim Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit und dem Umweltbundesamt für die gute Zusammenarbeit.



Persönlichkeitstest



Mindmap

## V. LITERATURVERZEICHNIS

**Baetzgen, A. (2010):** Das Konzept der Kontextbasierten Marktkommunikation, In: Woelke, J., Maurer, M., Jandura, O. (Hg.) (2010): Forschungsmethoden für die Markt- und Organisationskommunikation, Köln, S. 32-54.

**Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA) (2014):** Evaluation der Energiesparberatung vor Ort, Frankfurt a.M.

**Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) (2017):** 27.04.2017, Bonn.

**Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) im Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung (BBR) (Hg.) (2014):** Indikatoren und Karten zur Raum- und Stadtentwicklung (INKAR) (2014), 27.04.2017, Bonn.

**Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) (Hg.) (2015):** Energieeffizienzstrategie Gebäude, Berlin.

**EuPD Research (2014):** Energieeffizienz in der Gebäudetechnik – Wärmetechnik, Kaufprozess, Beratung und energetische Sanierung, Bonn.

**Marketing-Lexikon-Schweiz (o. A.):** Diffusionstheorie nach Rogers, URL: <http://www.marketinglexikon.ch/terms/83>, 21.04.2017.

**Novikova, A., Vielder, F., Neuhoff, K., Amecke, H. (2011):** Drivers of Thermal Retrofit Decisions – A Survey of German Single- and Two-Family Houses, Climate Policy Initiative Report, Berlin.

**Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (Hg.) (2015):** Bilanz zur Energiewende, Berlin.

**Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (Hg.) (o. A.):** Energiewende, Energie sparen: Sparen ist unsere größte Energiequelle. URL: <http://www.bundesregierung.de/Content/DE/StatischeSeiten/Breg/Energiekonzept/02-energieeffizienz.html>, 21.01.2016, Berlin.

**Rasmussen, M.K. (Hg.) (2015):** Healthy Home Barometer 2015, Velux Group, URL: [http://www.velux.com/sustainable\\_living/healthy\\_homes](http://www.velux.com/sustainable_living/healthy_homes), 11.12.2015, o. A.

**Statistische Ämter des Bundes und der Länder (Hg.) (2014):** Gebäude- und Wohnungsbestand in Deutschland – Gebäude- und Wohnungsbestand Erste Ergebnisse der Gebäude- und Wohnungszählung 2011, Hannover.

**Stieß, I., Albrecht, T., Deffner, J., Dunkelberg, E., Hirschl, B., van der Land, V., Vogelpohl, T., Weiß, J. & Zundel, S. (2010):** Zum Sanieren motivieren. Eigenheimbesitzer zielgerichtet für eine energetische Sanierung gewinnen, Frankfurt a.M.

**Verbraucherzentrale Bundesverband (2012):** Umfrage: Häuslebauer scheitern an energetischer Gebäudesanierung, Pressemeldung, 24.05.2012, URL: <http://www.vzbv.de/pressemitteilung/umfrage-haeuslebauer-scheitern-energetischer-gebaeudesanierung>, 11.05.2015, Berlin.

## IMPRESSUM

Herausgeber: Deutsche Unternehmensinitiative  
Energieeffizienz e. V. (DENEFF)  
Kirchstraße 21  
10557 Berlin

[www.deneff.org](http://www.deneff.org)

Autorinnen  
und Autoren: Frederike Fokken  
Christian Noll  
Frauke Rogalla

Gestaltung: peppermint werbung berlin GmbH

Titelbild: Dima Sidelnikov

Stand: Mai 2017

### FÖRDERHINWEIS

Dieses Projekt wurde gefördert durch das Umweltbundesamt und das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit. Die Mittelbereitstellung erfolgt auf Beschluss des Deutschen Bundestages.



Bundesministerium  
für Umwelt, Naturschutz,  
Bau und Reaktorsicherheit

Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung liegt bei den Autorinnen und Autoren.