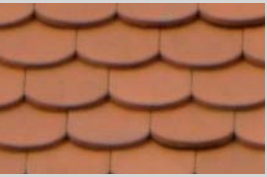
Zum Sanieren motivieren

Eigenheimbesitzer zielgerichtet für eine energetische Sanierung gewinnen



ENEF HAUS

Energieeffiziente Sanierung von Eigenheimen

Herausgeber: Projektverbund ENEF-Haus
Autorinnen und Autoren: Tanja Albrecht, Jutta Deffner, Elisa Dunkelberg, Bernd Hirschl, Victoria van der Land, Immanuel Stieß, Thomas Vogelpohl, Julika Weiß, Stefan Zundel
Redaktion: Corinne Benzing, Immanuel Stieß (ISOE)
Gestaltung: Patricia Appel, Print- und Web-Service
Satz: Harry Kleespies, Edith Steuerwald (ISOE)
Bildnachweis: www.fotolia.de (Titel, 4, 6, 19, 21, 39); KfW-Bildarchiv/ Thomas Klewar (3, 25); dpa (8); BSW-Solar (11); BHW (12); DBU (29), Bremer Energie-Konsens (36)
Stand: November 2010
Gedruckt auf 100 % Altpapier

www.enef-haus.de

Inhalt

Vorwort 4

Einsparpotenziale und -prioritäten 6

Handlungsmotive und -barrieren 8

„Gefühlte“ Wirtschaftlichkeit 11

Typologie der Eigenheimsanierer 12

Empfehlungen 19

Fordern und Fördern 21

Innovative Finanzierungsmodelle 25

Motivieren, Informieren und Beraten 29

Dialogische Kommunikationsstrategien 36

Schlusswort 39

Ausgewählte Literatur 41

Projektpartner und -förderung 43

Vorwort

Mehr als ein Viertel des gesamten Endenergieverbrauchs in Deutschland in privaten Haushalten wird für die Bereitstellung von Heizungswärme und Warmwasser benötigt. Auf die Ein- und Zweifamilienhäuser fällt ein beträchtlicher Anteil, denn 80 Prozent aller Wohngebäude in Deutschland zählen zu diesen Gebäudetypen. Und das Verhältnis von Außenflächen zu beheiztem Volumen liegt im Vergleich zu Mehrfamilienhäusern ungünstig, sodass besonders hohe Wärmeverluste auftreten.

Dementsprechend sind auch die Energieeinsparpotenziale bei Ein- und Zweifamilienhäusern im Vergleich zu anderen Wohngebäuden und zu anderen Konsumbereichen sehr hoch – im Schnitt werden sie auf etwa 80 Prozent geschätzt. Ohne eine zeitnahe und umfassende energetische Sanierung aller Ein- und Zweifamilienhäuser ist ein wirkungsvoller Klimaschutz nicht möglich. Dies wird durch das Energiekonzept der Bundesregierung vom 28. September 2010 bestätigt, das der energetischen Gebäudesanierung eine zentrale Bedeutung für eine klimafreundliche Energieversorgung zuschreibt. Die hier vorgeschlagenen Empfehlungen verstehen sich als ein Beitrag zur Konkretisierung und Umsetzung dieses Ziels.

In der Fachwelt wird der große wirtschaftliche Nutzen von energetischen Sanierungsmaßnahmen hervorgehoben. Eigenheimbesitzer können durch eine energetische Sanierung langfristig Energie und Heizkosten sparen. Wissenschaftliche Studien kommen jedoch zu dem Ergebnis, dass Eigenheimbesitzer und -besitzerinnen seltener sanieren, als dies nach den theoretischen Lebenszyklen von Heizunganlagen und Bauteilen zu erwarten wäre. Außerdem wird das Einsparpotenzial bei einer Sanierung im Bereich der Wohngebäude in den letzten Jahren nur zu einem Drittel ausgeschöpft (Kleemann 2006). Die Folge: Deutschland steckt im Sanierungsstau.

Ziel des Projektes „ENEF-Haus – Energieeffiziente Modernisierung von Ein- und Zweifamilienhäusern“ ist es, Wege aufzuzeigen, wie die Sanierungsquote von Ein- und Zweifamilienhäusern erhöht und die Einsparung von klimarelevanten Gasen beschleunigt werden kann. Ausgangspunkt ist die Frage, welche Motive und Ziele Eigenheimsanierer bei einer energieeffizienten Sanierung antreiben und welche Barrieren sie davon abhalten.

Die Potenzialanalyse zeigt, welche Einsparmöglichkeiten im Gebäudebestand erschlossen werden können. Dabei wird deutlich, welche Sanierungsmaßnahmen wirtschaftlich und ökologisch besonders vorteilhaft sind und daher vordringlich umgesetzt werden sollten. Eine sozialempirische Befragung liefert dazu die notwendige Wissensbasis über die Einstellungen, Wünsche und Hemmnisse von Ein- und Zweifamilienhausbesitzerinnen und -besitzern bei einer Sanierung. Mit Hilfe einer Zielgruppenanalyse werden verschiedene Typen von Eingeheimsanierern identifiziert, die unterschiedliche Motivallianzen und Handlungsblockaden gegenüber einer energetischen Sanierung aufweisen.

Zentrales Projektergebnis sind die Empfehlungen für einen integrierten Politik- und Beratungsansatz für eine energetische Sanierung. Im Fokus steht die Frage, wie bestehende Instrumente aus den Bereichen Ordnungsrecht, Förderprogramme sowie Beratungs- und Marketingmaßnahmen so verbessert werden können, dass die identifizierten Potenziale zielgenau erschlossen und die bestehenden Hemmnisse wirkungsvoll abgebaut werden können. Dies geht nur, wenn die verschiedenen Instrumente „passgenau“ ineinandergreifen und Eigenheimbesitzer situations- und zielgruppenbezogen angesprochen werden.

Die wichtigsten Resultate der Potenzial- und der Zielgruppenanalyse sowie die Empfehlungen zu politischen und kommunikativen Instrumenten werden in dieser Broschüre in Kurzform präsentiert. Adressaten sind Akteure in Politik und Verwaltung im Bereich energieeffizientes Bauen sowie Multiplikatoren in Kommunen, Energie- und Klimaagenturen, Verbraucher- und Umweltorganisationen, Energieberater, lokale Kompetenzzentren und Qualitätsnetzwerke. Ausführlicher sind die Projektergebnisse in den Veröffentlichungen des ENEF-Haus-Verbunds zu finden. Diese stehen auf der Projekthomepage www.enef-haus.de zum Download zur Verfügung.

Die Erarbeitung dieser Ergebnisse wäre ohne die Anregungen, Kommentare und Hinweise der Praxispartner, die den Forschungsprozess begleitet haben, nicht möglich gewesen. Besonderer Dank geht daher an Heinz Dallmann (ZukunftsAgentur Brandenburg), Henning Discher (Deutsche Energie-Agentur – dena), Martin Grocholl (Bremer Energie-Konsens), Gerold Happ (Haus & Grund Deutschland), Martin Steinestel (Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen) und Fred Weigl (Bundesverband Gebäudeenergieberater Ingenieure Handwerker – GIH). Besonderer Dank gilt auch dem Bundesministerium für Bildung und Forschung, das ENEF-Haus im Förderschwerpunkt „Sozial-ökologische Forschung“ gefördert hat.

Einsparpotenziale und -prioritäten

Im Projekt ENEF-Haus wurden die Energie- und CO_2-Einsparpotenziale ermittelt, die durch verschiedene energetische Sanierungsmaßnahmen ausgeschöpft werden könnten. Grundlage dafür waren Daten zum energetischen Zustand des Ein- und Zweifamilienhausbestands in Deutschland. Darüber hinaus wurden die Wirtschaftlichkeit der Maßnahmen berechnet sowie die Hemmnisse und Motive betrachtet, die einer energetischen Sanierung vorangehen. Die zentralen Ergebnisse der Potenzialstudie werden hier in Kurzform dargestellt, ausführlicher finden sie sich in Weiß/Dunkelberg (2010).

Maßnahmen für Gebäude und Heizung

Die Berechnungen zeigten, dass sich bereits mit einer Fassadendämmung Primärenergie in Höhe von etwa 25 Prozent einsparen lässt. Wird das Dach oder die oberste Geschossdecke gedämmt, verringert sich der Energiebedarf etwa um weitere 10 Prozent. Je nach Gebäudeeigenschaften können die Einsparungen noch deutlich höher liegen. Allerdings sind gerade diese Maßnahmen trotz akzeptabler Amortisationszeiten mit hohen Investitionskosten verbunden. Das kann die Finanzierung erschweren. Bislang rechnen sich diese Maßnahmen nur im Sanierungszyklus, das heißt, wenn die Fassade sowieso ausgebessert werden muss. Umso wichtiger ist es, dass diese Anlässe ergriffen werden und die Sanierungschance nicht, wie es bisher häufig der Fall ist, ungenutzt bleibt.

Mit dem Einbau von Heizungssystemen auf Basis erneuerbarer Energien (EE) können die CO_2-Emissionen stark vermindert und die Kosten für fossile Heizenergie eingespart werden. EE-Heizungen haben jedoch meist hohe Investitionskosten bei langen Amortisationszeiten. Im Vergleich zu Gas-Brennwertkesseln sind EE-Anlagen in der Regel nur bei einem energetisch schlechten Zustand des Gebäudes rentabel – selbst bei Förderung durch das Marktanreizprogramm (MAP). Das MAP verringert die jährlichen Tilgungskosten deutlich und ist daher ein wichtiges Instrument, um diese Potenziale auszuschöpfen. Teilweise sind es schlicht baulich-technische Hemmnisse, die EE-Heizungen verhindern – beispielsweise Platzmangel für Holzpelletlager oder Dächer, die für Solaranlagen wenig geeignet sind. Solche Gründe sprechen aber meist nur gegen die Nutzung einzelner erneuerbarer Energieträger und nicht prinzipiell gegen eine EE-Heizung. Nahezu jedes Gebäude ist für den Einsatz zumindest einer EE-Technologie geeignet.

Sanierer motivieren und aktivieren

Um Energieeinsparpotenziale rasch zu erschließen, sollten ältere Häuser – vor allem bis Baujahr 1969 – prioritär saniert werden. Solche Gebäude besitzen die größten Einsparmöglichkeiten und machen gut die Hälfte aller Ein- und Zweifamilienhäuser in Deutschland aus. Gebäude, die vor 1979 erbaut wurden, haben zwar auch große Einsparpotenziale, spielen jedoch zahlenmäßig keine so bedeutende Rolle.

Verschiedene Hemmnisse verhindern gerade bei älteren Gebäuden, dass Einsparpotenziale erschlossen werden. Zum einen besitzen sie häufig eine besondere Ästhetik, die dazu führt, dass den Besitzern und Besitzerinnen eine Fassadendämmung wenig attraktiv erscheint oder teurer wird. Zum anderen können ältere, aus heutiger Sicht unzureichende Dämmungen ebenfalls ein Hinderungsgrund sein, da sie den Eigentümern fälschlicherweise vermitteln, das Haus sei in einem guten energetischen Zustand.

Für den Klimaschutz spielt die breite Umsetzung der Standards der Energieeinsparverordnung (EnEV2009) eine wichtigere Rolle als seltene Spitzensanierungen, zum Beispiel im Passivhaus-Standard. Hierfür müssen auch bislang wenig interessierte Zielgruppen zur energetischen Sanierung aktiviert sowie sozial schwächere Haushalte bei der Sanierung finanziell unterstützt werden. Die flächige Umsetzung des EnEV-Standards darf aber nicht dazu führen, dass der Anreiz „mehr zu machen“ für motivierte Zielgruppen wegfällt. Das ist bei der Ausgestaltung der politischen Instrumente zu beachten.

Handlungsmotive und -barrieren

In einer bundesweiten standardisierten Erhebung wurden in ENEF-Haus 1.008 Eigenheimsanierer unter anderem zu ihren Motiven, Hemmnissen und Informationsquellen bei der Sanierung befragt. Dabei wurden Eigenheimbesitzer, die in Standardqualität saniert hatten (z. B. Ausbessern und Streichen der Fassade), mit solchen verglichen, die sich für eine energetisch anspruchsvolle Sanierung entschieden hatten (z. B. Dämmung der Fassade). In der Analyse der Befragungsergebnisse wurden fördernde und hemmende Faktoren für eine energetische Sanierung ermittelt.

Fast die Hälfte der befragten Eigenheimsanierer und -saniererinnen hatte ihr Haus in den zehn Jahren nach dem Erwerb saniert. Für etwa 20 Prozent waren akute Defekte der entscheidende Anlass. Die Übrigen hatten vorsorgeorientierte Instandhaltungs- und Sanierungsarbeiten ausgeführt.

Die Befragung zeigte, dass sich energetische Sanierer umfassend informieren und ein breites Spektrum von Informationsquellen nutzen, wobei Gespräche mit Handwerkern und mit Personen aus dem sozialen Netzwerk am häufigsten sind. Vielfach werden auch weitere Experten wie Schornsteinfeger oder Architekten zu Rate gezogen. Das Internet, Broschüren und Ratgeber sind ebenfalls wichtige Informationswege. Bei jeder vierten energetischen Sanierung wird ein professioneller Energieberater herangezogen.

Motive und Hemmnisse bei der Sanierung

Die Entscheidung für eine energetische Sanierung ist in der Regel das Ergebnis von Motivallianzen, bei denen mehrere Ziele im Spiel sind (siehe Abb. 1). Zentral ist der Wunsch, Heizenergie einzusparen. Die Besitzer wollen auf diese Weise die Energiekosten langfristig senken und laufende Kosten reduzieren. Ökonomische Ziele sind in der Regel mit weiteren nicht-ökonomischen Motiven wie dem Wunsch nach einem besseren Wohnkomfort, Technikinteresse, Klimaschutz oder Unabhängigkeit von Öl und Gas verbunden.

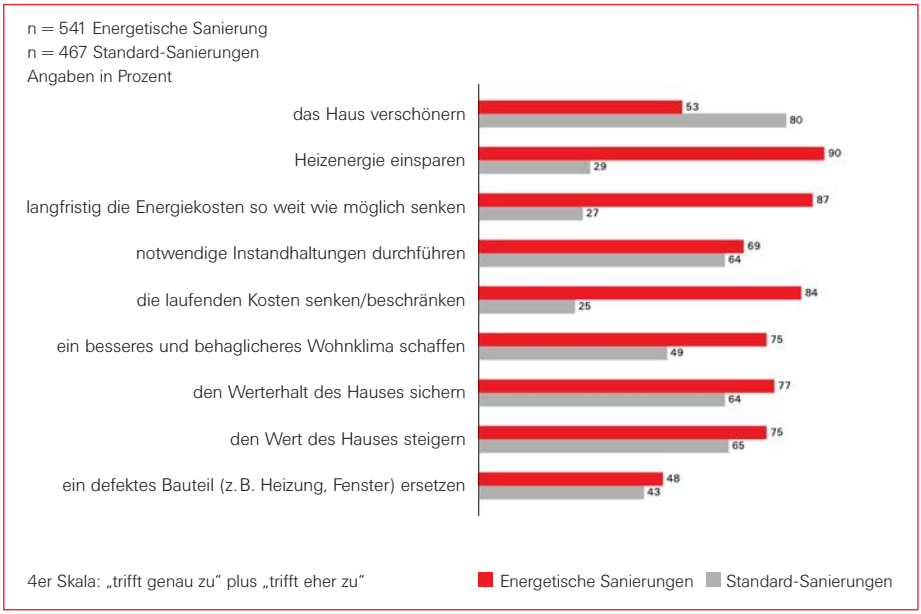


Abbildung 1: Anlässe und Ziele energetischer und Standard-Sanierungen

Das wichtigste Hemmnis für eine umfassende energetische Sanierung ist die fehlende Bereitschaft, einen (weiteren) Kredit für die Finanzierung aufzunehmen. Aber auch die Einschätzung, dass sich das eigene Haus (vermeintlich) in einem guten energetischen Zustand befindet und daher kein weiterer Handlungsbedarf besteht, ist ein Hindernis. Manche Eigenheimbesitzer und -besitzerinnen sind an einer energetischen Sanierung auch einfach nicht interessiert oder sind unsicher, welchen Nutzen eine solche Maßnahme hat. Vorurteile, Ängste und Befürchtungen bezogen auf die Baumaßnahmen können Sanierer ebenfalls abschrecken – wie zum Beispiel Stress oder Dreck. In der folgenden Darstellung (Abb. 2) sind die Barrieren gegenüber einer energetischen Sanierung dargestellt, die sich sowohl aus Einstellungen als auch aus objektiven Hemmnissen ergeben. Sie sind nach ihrer Beeinflussbarkeit und Häufigkeit geordnet. Deutlich wird, dass ein Teil der am meisten genannten Barrieren nur schwer abzubauen ist. Fehlendes Problembewusstsein und die mangelnde Bereitschaft, sich mit dem Thema energetische Sanierung auseinanderzusetzen, haben zur Folge, dass weder Fördermittel noch Beratungsangebote zur Kenntnis genommen werden.

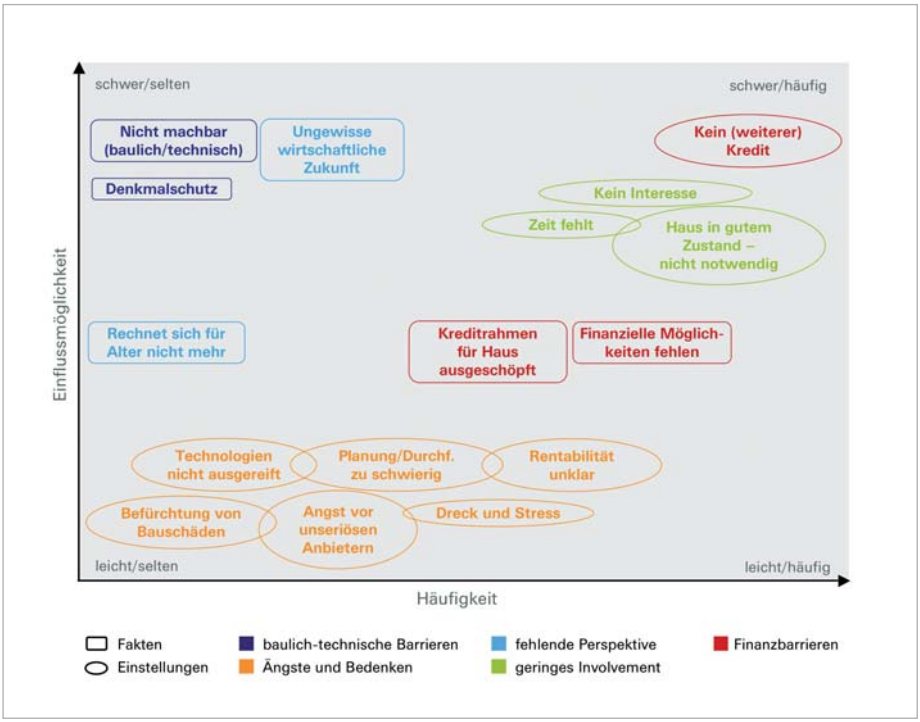


Abbildung 2: Einflussmöglichkeiten und Bedeutung von Barrieren gegen eine energetische Sanierung

„Gefühlte“ Wirtschaftlichkeit

Die Wirtschaftlichkeit von Sanierungsmaßnahmen ist ein zentrales Motiv für die energetische Sanierung. Allerdings verstehen Eigenheimbesitzer darunter etwas anderes als Experten. Aus Expertensicht wird Wirtschaftlichkeit in der Regel an der Rendite gemessen, die eine Investition abwirft. Im Falle von energetischen Sanierungsmaßnahmen bedeutet das, dass man die Einsparungen, die sich aus der Maßnahme ergeben, den Ausgaben für die Maßnahme selbst gegenüberstellt. Je größer der Überschuss der Einsparungen zu den Ausgaben ist – also der Kapitalwert der Investition – desto höher ist die Wirtschaftlichkeit. Diese Sichtweise liegt den Förderprogrammen zur energetischen Sanierung zugrunde und sie prägt häufig auch die Beratungspraxis.

Faktisch sehen das die Betroffenen oft anders. Hier dominiert das Motiv, sich gegen Risiken abzusichern. Allen voran das Preisrisiko – wie entwickeln sich die Energiepreise in der Zukunft? Und das Lieferrisiko – wird man auch in Zukunft noch zuverlässig mit fossilen Energieträgern wie Gas und Öl beliefert?

Die Eigenheimbesitzer und -besitzerinnen stehen darüber hinaus vermeintlich exakten Wirtschaftlichkeitsberechnungen reserviert gegenüber, und in der Regel übersteigen diese nicht nur die Fähigkeiten der Sanierer. Auch die Experten können zuverlässig eigentlich nur die grobe Richtung vorgeben. Denn es ist fast unmöglich, eine genaue Prognose der Energiepreise, des Einsparpotenzials und des realisierten Verbrauchs zu erstellen und die Einzahlungen und Auszahlungen sowie ihre Abdiskontierung auf die Gegenwart zu kalkulieren.

Da macht es durchaus Sinn, die Entscheidung über energetische Sanierungsmaßnahmen mit einigen simplen Regeln zu unterstützen. Etwa so: Die Preise für Energie werden auf jeden Fall steigen – da ist es ein Bestandteil der Daseinsvorsorge, sich gegen dieses Risiko abzusichern. Allerdings sollte man nur so viel Geld in die Hand nehmen, dass man die Investition nicht bedauern muss, wenn hinterher die Preise nicht so stark steigen wie befürchtet. Kurzum: Die Richtung muss stimmen. Es muss ein positives Gefühl bei der Bewertung der Wirtschaftlichkeit vorhanden sein.

Dennoch ist die Amortisationsrechnung wichtig für die Beratungspraxis. Sie zeigt zwar nicht, wie rentabel der Einsatz des eigenen Kapitals ist, aber sie macht deutlich, wie lange es dauert, bis das eingesetzte Kapital durch die Energieeinsparungen zurückgeflossen ist. Das heißt, die Amortisationsrechnung informiert die Eigenheimbesitzerinnen und -besitzer darüber, wie schnell ihre Liquidität wiederhergestellt ist. Dieser Aspekt ist ein wichtiges Entscheidungskriterium. Im Zweifel werden billige Maßnahmen mit schnellen Rückflüssen solchen mit hohem Investitionsaufwand und langsamen, aber hohen Rückflüssen vorgezogen. Auch wird selten eine komplette energetische Sanierung durchgeführt. Stattdessen sanieren die Eigenheimbesitzer sozusagen im Gleichtakt mit den verfügbaren Finanzen – und die reichen selten für eine Komplettsanierung.

In der Beratungspraxis macht es somit wenig Sinn, für Maßnahmen der energetischen Sanierung mit Hilfe vermeintlich exakter Amortisationszeiten zu argumentieren. Die Bedeutung von staatlichen Zuschüssen kann hingegen kaum unterschätzt werden. Sie helfen nicht nur denen, deren Kreditrahmen bereits objektiv ausgeschöpft ist, sondern auch denjenigen, die eine ausgeprägte Abneigung gegen eine weitere Verschuldung haben. Und das sind nicht wenige Eigenheimbesitzer.

Typologie der Eigenheimsanierer

Auf Grundlage der Befragungen wurde eine Typologie der Sanierer erstellt, das heißt, sie wurden in verschiedene Zielgruppen eingeteilt. Die jeweiligen Gruppen zeichnen sich durch charakteristische Motive und Hemmnisse bei der energetischen Sanierung aus. Die Vertreter der einzelnen Zielgruppen haben außerdem ähnliche soziodemographische Merkmale sowie Gemeinsamkeiten in Bezug auf die umgesetzten Maßnahmen, die genutzten Informationswege und die Wohnsituation.

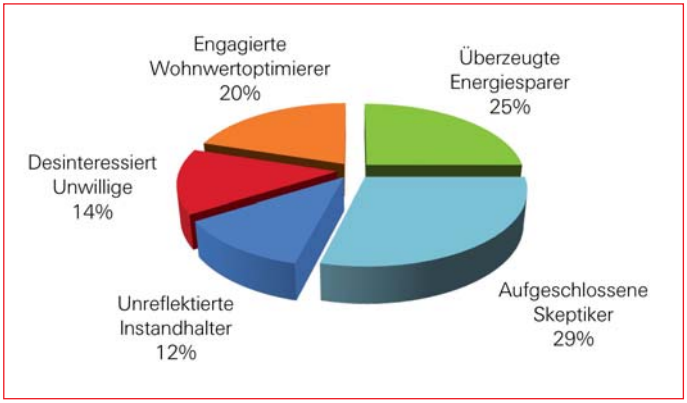


Abbildung 3:
Typologie von
Eigenheimsanierern

Das Zielgruppenmodell wendet sich an Multiplikatoren, Programmgestalter und Mitarbeiter in der Öffentlichkeitsarbeit. Es soll die Konzeption und Kommunikation von zielgruppenorientierten Informations- und Beratungsangeboten unterstützen. Anhand der typischen Merkmale der einzelnen Zielgruppen können sie im beruflichen Alltag erkannt und zugeordnet werden. Auf diese Weise können sie durch verschiedene Fachleute, in bestimmten Situationen und an spezifischen Orten zielgruppengerecht angesprochen werden. Im Folgenden werden die einzelnen Sanierungstypen anhand eines Kurzprofils beschrieben.

Die „Überzeugten Energiesparer“

Kurzbeschreibung	Die überzeugten Energiesparer besitzen eine hohe intrinsische Motivation für eine energetische Sanierung. Sie identifizieren sich stark mit dem Haus und haben einen nachhaltigen Lebensstil. Sie sind gut informiert, da sie sich intensiv und kontinuierlich mit dem Thema auseinandersetzen. Sie stellen eine Hauptzielgruppe für eine anspruchsvolle energetische Sanierung dar.
Lebenssituation	Relativ jung (2/3 sind unter 50 Jahre), Familienphase
Zum Haus	Überwiegend ältere Häuser (BJ vor 1978), aber kurze Besitzdauer (über 60% besitzen das Haus erst seit 10 Jahren)
Hauptmotive für Sanierung	■ Heizenergie einsparen/Senkung von Energiekosten ■ Klimaschutz, Unabhängigkeit von fossilen Brennstoffen ■ Erhalt bzw. Steigerung des Wertes des Hauses ■ Wunsch nach einem behaglicheren Wohnklima ■ Technikinteresse
Hauptbarrieren	■ Keine weitere Kreditaufnahme ■ Spielräume für energetische Sanierung werden unterschätzt
Informationskanäle	■ Breites Spektrum an Informations- und Beratungsmöglichkeiten: soziales Netzwerk, Internet und Experten (Handwerker und Schornsteinfeger) ■ Etwa die Hälfte nutzt Energieberatungsangebote (1/4 davon Vor-Ort-Beratung)
Sanierungsmaßnahmen	Überwiegend Maßnahmen mit hohem energetischen Standard, überdurchschnittlich oft Maßnahmenkombinationen
Ansprache/Inhalte	Zielgruppe motivieren, einen möglichst hohen Standard von Sanierungsmaßnahmen umzusetzen; als Multiplikatoren im eigenen sozialen Netzwerk gewinnen
Ansprache/Situation/ Instrumente	■ Kauf oder Erwerb eines Gebäudes für energetische Sanierung nutzen ■ Vorsorgeorientierte Sanierung als Teil eines an Nachhaltigkeit orientierten Lebensstils

Die „Aufgeschlossenen Skeptiker“

Kurzbeschreibung	Die aufgeschlossenen Skeptiker stehen einer energetischen Sanierung meist offen gegenüber und stellen eine Hauptzielgruppe für eine anspruchsvolle energetische Sanierung dar. Das Haus besitzt einen hohen emotionalen Stellenwert und soll technisch auf dem neuesten Stand gehalten werden. Verunsicherung durch Vorurteile und Ängste führen jedoch dazu, dass energetische Maßnahmen nur teilweise ausgeführt werden.
Lebenssituation	Älteste Gruppe (über die Hälfte älter als 50 Jahre)
Zum Haus	■ Bauzeit liegt zwischen 1969 und 1988 ■ Mehrheit besitzt ihr Haus sehr lange (11 bis 30 Jahre)
Hauptmotive für Sanierung	■ Wert des Hauses sichern oder steigern ■ Haus technisch auf den neuesten Stand bringen ■ Verbesserung des Wohnkomforts ■ Auch Vorsorge für Wohnen im Alter
Hauptbarrieren	■ Abneigung gegenüber Krediten ■ Unsicherheit und Ängste: Nutzen der energetischen Sanierung erscheint zweifelhaft; Angst vor Überforderung bei der Planung und Durchführung sowie vor unseriösen Anbietern
Informationskanäle	■ Breites Spektrum an Informations- und Beratungsmöglichkeiten: soziales Netzwerk, Internet und Experten (Heizungsbauer und Architekten) ■ Nutzen häufig professionelle Energieberatung
Sanierungsmaßnahmen	Überwiegend energetische Sanierungsmaßnahmen, überdurchschnittlich oft Maßnahmenkombinationen
Ansprache/Inhalte	Unsicherheiten abbauen durch kompetente und unabhängige (Initial-)Beratung
Ansprache/Situation/ Instrumente	Initialberatung und andere Angebote für vorsorgeorientierte Sanierung; Hilfestellung bei Planung und Ausführung durch Kompetenznetzwerke

Die „Unreflektierten Instandhalter“

Kurzbeschreibung	Die unreflektierten Instandhalter haben nur einen geringen Bezug zu einer umfassenden energetischen Sanierung. Entscheidungen für eine Modernisierung werden meist spontan als Reaktion auf akute Probleme getroffen. Sie haben allerdings auch keine ernsthaften Barrieren oder Vorbehalte und stellen daher eine potenzielle Zielgruppe dar.
Lebenssituation	■ Mehr als die Hälfte sind älter als 50 Jahre ■ Zweipersonenhaushalte sind überrepräsentiert
Zum Haus	■ Viele ältere Häuser (2/3 vor 1979 gebaut) ■ Bereits recht lange im Besitz der aktuellen Eigentümer
Hauptmotive für Sanierung	■ Ein defektes Bauteil ersetzen ■ Heizenergie einsparen und Energiekosten senken
Hauptbarrieren	■ Wenig Interesse an Maßnahmen, die über das Notwendige hinausgehen ■ Das Thema Energie wird in erster Linie mit dem Heizungssystem in Verbindung gebracht
Informationskanäle	■ Fachleute: Heizungsbauer (über 2/3), Schornsteinfeger ■ Nutzen insgesamt wenige Informationsquellen
Sanierungsmaßnahmen	Nur punktuell; Maßnahmen beschränken sich häufig auf die Heizungsanlage, selten Maßnahmenkombinationen
Ansprache/Inhalte	Durch gezielte Ansprache für eine vorausschauende Sanierung gewinnen und davon überzeugen, dass sich langfristige Planung lohnt
Ansprache/Situation/ Instrumente	Heizungschecks, Gebäudechecks, Ansprache durch Handwerker (Heizungsbauer) bei akuten Defekten, evtl. Initialberatungen durch Schornsteinfeger

Die „Desinteressiert Unwilligen“

Kurzbeschreibung	Die desinteressierten Unwilligen haben starke Vorbehalte und Barrieren gegenüber energetischer Sanierung und stellen daher eine nur schwer zu motivierende Zielgruppe dar. Sie haben kaum Zugang zu Informationen über energetische Sanierung und wenig Vertrauen in professionelle Beratung.
Lebenssituation	■ Hoher Anteil an über 60-Jährigen ■ Überproportional viele Single-Haushalte oder Haushalte mit Kindern ■ Höhere Einkommen sind überdurchschnittlich vertreten
Zum Haus	Schwerpunkt der Bauzeit liegt zwischen 1969 und 1988; die Hälfte hat das Haus in den letzten 10 Jahren gekauft
Hauptmotive für Sanierung	■ Haus verschönern ■ Wert des Hauses sichern und steigern ■ Notwendige Instandhaltungsarbeiten durchführen, auf anstehende Probleme reagieren
Hauptbarrieren	■ Sehr geringes Interesse an energetischen Maßnahmen ■ (Wirtschaftlicher) Nutzen ist unklar ■ Erwartungen von Unannehmlichkeiten ■ Häufig unsichere wirtschaftliche Zukunft und fehlende Langzeitperspektive für das Haus
Informationskanäle	■ Handwerker ■ Informationen aus Baumarkt und Fachhandel ■ Personen im eigenen sozialen Netzwerk: Kollegen, Freunde, Nachbarn
Sanierungsmaßnahmen	Überwiegend Maßnahmen in Standardqualität (viel Eigenleistung), keine Kombinationen
Ansprache/Inhalte	Vorbehalte abbauen, nur wenige Ansatzpunkte
Ansprache/Situation/Instrumente	Ansprache im Baumarkt/Fachhandel, z. B. durch Energiefachberatung oder durch Handwerker, z. B. bei akuten Defekten

Die „Engagierten Wohnwertoptimierer“

Kurzbeschreibung	Die engagierten Wohnwertoptimierer bewohnen relativ neue Häuser. Ihre Häuser weisen bereits einen vergleichsweise hohen energetischen Standard auf; sie stellen daher keine aktuelle Zielgruppe dar. Das Haus ist wichtiger Bestandteil der Selbstverwirklichung: Optik und Ästhetik spielen eine entscheidende Rolle. Sie sind offen für eine professionelle, kostenpflichtige Beratung, sobald eine größere Sanierung ansteht.
Lebenssituation	Jüngeres bis mittleres Alter ist leicht überrepräsentiert
Zum Haus	■ Junge Häuser, fast die Hälfte nach 1989 gebaut ■ Überproportional viele haben das Haus selbst gebaut
Hauptmotive für Sanierung	■ Das Haus verschönern ■ Mehr Platz und Fläche schaffen
Hauptbarrieren	Die Häuser sind aus ihrer Sicht energetisch in einem guten Zustand: Modernisierung gilt als (noch) nicht notwendig
Informationskanäle	■ Handwerker ■ Informationen aus Baumarkt oder Fachhandel ■ Vereinzelt werden Architekten hinzugezogen
Sanierungsmaßnahmen	Überwiegend Maßnahmen in Standardqualität
Ansprache/Inhalte	Ansatzpunkte können Sanierungsmotive sein und die grundsätzliche Offenheit gegenüber energetischer Sanierung
Ansprache/Situation/ Instrumente	Während der Vorbereitung von Um-/Ausbaumaßnahmen; aufgrund enger Bindung an das Haus zugänglich für Sanierungsempfehlungen, besonders wenn diese mit einem gewissen Prestige verbunden sind; Ansprache im Baumarkt/Fachhandel oder über Handwerker, vereinzelt Architekten möglich, aber auch über „Botschafter“ für Erneuerbare Energien und energetische Optimierung in Nachbarschaft und sozialen Netzwerken

Empfehlungen

Um die energetische Sanierung von Eigenheimen zu fördern, wurde in ENEF-Haus ein integrierter Politik- und Kommunikationsansatz entwickelt. Im Zentrum stehen die Bedürfnisse und Wünsche sowie die Handlungsbarrieren der Eigenheimbesitzerinnen und -besitzer bei einer energetischen Sanierung. Darauf aufbauend wurden Empfehlungen erarbeitet, wie bestehende Sanierungschancen besser genutzt und die damit verbundenen Potenziale für den Klimaschutz wirksamer erschlossen werden können.

Breitensanierung und Spitzensanierung werden oft alternativ und dann kontrovers behandelt. Unter Breitensanierung versteht man eine breite Umsetzung von (Einzel-)Maßnahmen, wie den Einbau von EE-Heizungen, die sich durch ein hohes Klimaschutzpotenzial auszeichnen. Spitzensanierung ist hingegen eine umfassende Sanierung, die auf einen anspruchsvollen energetischen Standard des gesamten Hauses zielt. Dies illustriert die folgende Abbildung.

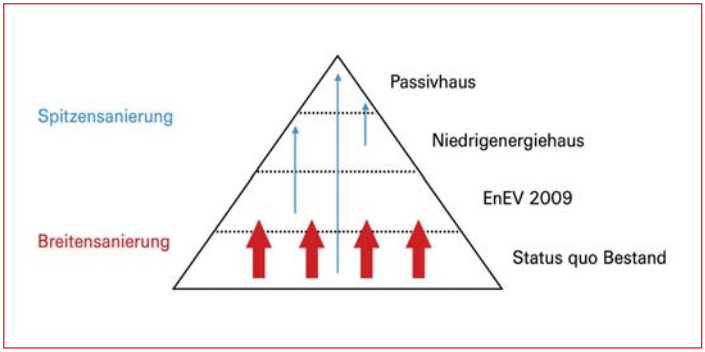


Abbildung 4: Spitzen- und Breitensanierung

Langfristig erscheint es denkbar, dass wir in Häusern leben werden, die ihren Energiebedarf vollständig aus erneuerbaren Ressourcen decken können. Allerdings wird eine spürbare Entlastung des Klimas nicht allein durch Spitzensanierungen erreicht. Gerade im Bereich der Breitensanierung können erhebliche Fortschritte für den Klimaschutz erzielt werden. Dazu muss der Fokus auf solche Maßnahmen gelegt werden, durch die besonders viel Primärenergie eingespart wird oder CO_2-Emissionen deutlich gemindert werden. Der Handlungsansatz zur Förderung der energetischen Sanierung zielt daher nicht allein auf die Spitzensanierung, sondern soll auch zu einem verbesserten energetischen Standard von Breitensanierungen beitragen.

Damit Eigenheimbesitzer energetisch sanieren, müssen sie eine hohe persönliche Motivation haben („wollen") und über konkrete Handlungsmöglichkeiten informiert sein („wissen"). Außerdem müssen sie über finanzielle Ressourcen verfügen („können") und gesetzliche Regelungen beachten, die bindende Vorgaben für eine energetische Sanierung machen („müssen").

Diese Faktoren einer energetischen Sanierungsentscheidung können durch Instrumente wie Gesetze, Förderprogramme sowie Kommunikations- und Beratungsangebote beeinflusst werden.

- Im Abschnitt „Fordern und Fördern" werden Empfehlungen formuliert, wie bestehende Gesetze, Förderprogramme und Finanzierungsinstrumente verbessert und ergänzt werden können.

- Im Abschnitt „Motivieren, Informieren und Beraten" wird ein zielgruppenbezogenes Kommunikationskonzept formuliert. Darin sind dialogische Marketingelemente mit Informations- und Beratungsangeboten verknüpft.

Die Analyse der Entscheidungssituation hat gezeigt, dass bei einer energetischen Sanierung unterschiedliche Motive und Barrieren zusammenwirken können. Daher kommt es darauf an, nicht nur einzelne Instrumente zu betrachten, sondern sie besser aufeinander zu beziehen und ihr Zusammenwirken zu optimieren. Kommunikation und Marketing haben in einem solchen Instrumente-Mix eine zentrale Bedeutung.

Fordern und Fördern

Um die energetische Sanierungsrate von Ein- und Zweifamilienhäusern zu steigern, gibt es zwei wesentliche politische Instrumente-Typen: Ordnungsrechtliche Vorgaben und staatliche Förderprogramme. Im Projekt ENEF-Haus wurden diese Instrumente analysiert. Dabei zeigte sich, dass die Passförmigkeit der Instrumente in Bezug auf Einsparpotenziale, Saniererzielgruppen und deren Hemmnisse verbesserungswürdig ist. Die wichtigsten Empfehlungen, auf welche Weise das bestehende Instrumentarium weiterentwickelt werden kann, sind hier in Kurzform dargestellt (siehe Weiß/Vogelpohl 2010).

Ordnungsrecht

Die zentralen ordnungsrechtlichen Instrumente, die energetische Sanierung von Ein- und Zweifamilienhäusern in Deutschland betreffen, sind die Energieeinsparverordnung (EnEV 2009) und das Erneuerbare-Energien-Wärmegesetz (EEWärmeG).

Die EnEV regelt seit dem Jahr 2002 die Anforderungen an den energetischen Zustand von Gebäuden; die nächste Novellierung ist für das Jahr 2012 vorgesehen. Im Bestand gilt vorwiegend der Grundsatz der sogenannten bedingten Anforderungen: Wenn Außenbauteile ohnehin geändert werden, müssen Grenzwerte für Wärmedurchgangskoeffizienten (U-Werte) eingehalten werden. Daneben bestehen für alle Hausbesitzerinnen und -besitzer verbindliche Nachrüstpflichten: Alte Heizkessel, die vor dem 1. Oktober 1978 eingebaut wurden, müssen ausgetauscht und Warmwasserrohre sowie die oberste Geschossdecke gedämmt werden. Eigentümer von Ein- und Zweifamilienhäusern müssen diese Pflichten jedoch nur im Falle eines Eigentümerwechsels innerhalb einer Frist von zwei Jahren erfüllen.

Bislang ist der Vollzug die Achillesferse der EnEV. So werden in vielen Fällen, in denen die Verpflichtung zur energetischen Sanierung besteht, die entsprechenden Maßnahmen nicht umgesetzt. Auch wenn keine genauen Zahlen vorliegen, gehen Experten von einem beträchtlichen Vollzugsdefizit von bis zu 35 Prozent aus. Die an der Sanierung beteiligten Eigentümer und Handwerker sind häufig nur unzureichend über die EnEV-Vorgaben informiert. Auch können diese Verpflichtungen nur schlecht kontrolliert werden, da die zuständigen Behörden in den meisten Fällen keine Kenntnis der EnEV-relevanten Sanierungen haben.

Seit dem 1. Januar 2009 ist das EEWärmeG in Kraft. Das Gesetz schreibt vor, dass beim Neubau von Gebäuden anteilig erneuerbare Energien für die Wärmeerzeugung eingesetzt werden müssen. Verbindliche Vorgaben zur Nutzung erneuerbarer Wärmeenergie für den Gebäudebestand umfasst das Gesetz nicht; diese können jedoch auf Länderebene vorgeschrieben werden. Bislang existiert einzig in Baden-Württemberg seit Anfang 2010 eine bedingte Nutzungspflicht für Altbauten. Im Fall der Heizungserneuerung müssen dort zehn Prozent des Wärmebedarfs durch erneuerbare Energien gedeckt werden. Stattdessen können aber auch Ersatzmaßnahmen ergriffen werden, zum Beispiel Gebäudedämmung, der Anschluss an ein Fern- oder Nahwärmenetz, die Nutzung von Kraft-Wärme-Kopplung oder die Installation einer Photovoltaikanlage. Ausgenommen von der Verpflichtung sind außerdem Gebäude, die in einem sehr guten energetischen Zustand sind.

Das Ordnungsrecht soll insbesondere bei den Besitzern und Besitzerinnen greifen, die eine sehr geringe Bereitschaft zeigen, sich mit dem Thema energetische Sanierung zu beschäftigen. In der Praxis werden solche Personen vermutlich trotzdem kaum erreicht. Denn viele Anforderungen treten nur im Sanierungsfall ein, und diese Haushalte vermeiden ja gerade größere Sanierungen. Vor diesem Hintergrund werden folgende Maßnahmen empfohlen, um die energetische Sanierungsrate zu erhöhen:

- **Konsequentere Nutzung von Sanierungsanlässen:** Dazu gehört vor allem die Eigentumsübertragung, bei der häufig sowieso saniert, umgebaut und investiert werden muss. Außerdem sind Eigentümerwechsel den Behörden bekannt und Kontrollen so einfacher umzusetzen als bei in der Regel unbekannten Sanierungsfällen. Möglich ist, die bestehenden Verpflichtungen auf die besonders relevanten Sanierungsmaßnahmen an Dach und Außenwänden auszuweiten (unter individueller Berücksichtigung der Wirtschaftlichkeit). Zumindest aber könnte eine verpflichtende Energieberatung eingeführt werden.

- **Einführung eines „Stufenmodells“:** Eigentümer müssen danach – technologieoffen – sukzessive steigende energetische Standards einführen. Im Energiekonzept der Bundesregierung beispielsweise ist zwischen 2020 und 2050 eine stufenweise Minderung des Primärenergiebedarfs um 80 Prozent vorgesehen. Die Einhaltung des Stufenmodells müsste jedoch kontrolliert werden. Relativ einfach umzusetzen wäre eine Überprüfung der Energieausweise.

Da beide Ansätze für einige Hausbesitzer zu finanziellen Problemen bis hin zum Verlust des Hauses führen könnten, muss eine geeignete Härtefallregelung eingeführt werden. Durch beide Ansätze ist außerdem zu erwarten, dass der energetische Zustand eines Gebäudes am Immobilienmarkt besser honoriert wird. Denn der Neukauf eines unsanierten Hauses würde verpflichtend energetische Sanierungsmaßnahmen nach sich ziehen.

- **Ergänzung des Vollzugs um eine Stichprobenregelung:** Diese Maßnahme wäre sehr vielversprechend, da durch entsprechende Sanktionen die Verpflichtungen eher erfüllt werden würden. Der Aufwand wäre vergleichsweise gering, da eine Stichprobe von weniger als einem Prozent der Fälle vermutlich ausreichen würde. Voraussetzung ist aber, dass die Sanierungsanforderungen an einfach zu kontrollierende Anlässe gekoppelt werden.

- **Anspruchsvolle Anforderungen bei den Heizungssystemen:** Haben Eigenheimbesitzer und -besitzerinnen erst einmal saniert, ist dieser Standard für lange Zeit festgelegt. Beim Ordnungsrecht sollte daher von vornherein auf anspruchsvolle Anforderungen geachtet werden. In diesem Sinne müssen die Richtlinien für Heizungen im Bestand verbessert werden – hier sollten möglichst EE-Heizungen oder entsprechende Ersatzmaßnahmen verpflichtend sein. Die derzeitigen Standards für die Gebäudehülle sind zurzeit ausreichend. Zukünftig sollten die Standards jedoch sukzessive angehoben werden, damit sich der Markt weiterentwickelt.

Finanzwirtschaftliche Instrumente

Relevante finanzwirtschaftliche Instrumente und Anreize für eine energetische Sanierung sind die Förderprogramme der KfW Bankengruppe, das Marktanreizprogramm für erneuerbare Energien (MAP) und einige Länderprogramme.

Das Förderprogramm „Energieeffizient Sanieren“ der KfW vergibt zinsgünstige Darlehen und Zuschüsse für Sanierungsmaßnahmen, die die Gebäudeenergieeffizienz erhöhen. Die Höhe der Förderung richtet sich nach der Effizienzklasse, die das Gebäude nach der Sanierung erreicht. Alternativ war bislang auch eine Förderung von Einzelmaßnahmen möglich; Ende August wurde diese Möglichkeit gestrichen. Die Installation von Heizungen auf Basis erneuerbarer Energien wird in Form von Investitionszuschüssen über das MAP gefördert, bei dem es im Frühjahr 2010 ebenfalls aufgrund fehlender Mittel zu einem zweimonatigen Förderstopp kam. Das Energiekonzept der Bundesregierung sieht erfreulicherweise vor, beide Programme fortzuführen und ab 2011 mit zusätzlichen Mitteln auszustatten. Um eine langfristige Planungssicherheit zu gewährleisten, muss künftig jedoch sichergestellt werden, dass diese Mittel kontinuierlich verfügbar sind.

Finanzwirtschaftliche Instrumente setzen vor allem dann an, wenn fehlende Mittel ein Hemmnis für die Sanierung sind. Die existierenden Förderprogramme erreichen bisher jedoch vor allem die hoch motivierten Sanierer und Saniererinnen und fokussieren nicht genug auf die zentralen Einsparpotenziale in der Breitensanierung. Bei gleichem Mitteleinsatz an anderer Stelle wären vermutlich höhere CO_2-Einsparungen möglich.

- **Spitzen- und Breitenförderung:** Förderinstrumente sollten klar aufgeteilt werden. Auf der einen Seite die Spitzenförderung – mit dem Ziel, „Vorreiter" und die Weiterentwicklung des Marktes zu fördern, und auf der anderen Seite die Breitenförderung von Sanierungsmaßnahmen nach sozialen Kriterien.

- **Fokussierung auf die größten Einsparpotenziale:** Damit die Mittel effektiv eingesetzt werden, sollten die Förderprogramme verstärkt auf hoch investive Maßnahmen gerichtet sein. Dort liegen die größten Einsparpotenziale, insbesondere bei älteren Gebäuden. Bisher haben jedoch gerade Eigentümer von Gebäuden mit besonders hohem Energiebedarf größere Schwierigkeiten, hohe Förderquoten zu erhalten. Denn die anspruchsvollen Effizienzklassen sind für sie nur mit aufwendigen Sanierungsmaßnahmen zu erreichen. Es ist daher empfehlenswert, neben den Effizienz-Häusern auch potenzialreiche Einzelmaßnahmen zu fördern. Gegebenenfalls sollte eine Energieberatung Voraussetzung für die Förderung sein, um suboptimale Sanierungsmaßnahmen zu vermeiden.

- **Konzentration auf Programme mit hohem Klimaschutzpotenzial:** Gering investive Sanierungsmaßnahmen mit niedrigen Amortisationszeiten können aus der Förderung herausgenommen werden. Auf diese Weise wären die Mittel für effizientere Maßnahmen frei. Um die klimapolitischen Ziele zu erreichen, sind Programme wichtig, die Sanierungsmaßnahmen mit hohem Klimaschutzpotenzial und geringer Wirtschaftlichkeit fördern. Dazu gehören Instrumente wie das MAP, die finanziell besser ausgestattet und langfristig gesichert, oder durch adäquate konstante Förderprogramme ersetzt werden sollten.

Die meisten Bundesländer verfügen über eigene Länderprogramme, auf die an dieser Stelle nicht detailliert eingegangen werden soll. Länderprogramme bieten einerseits den Vorteil, regionalspezifische Potenziale und Zielgruppen sowie ihre Hemmnisse genauer zu adressieren. Andererseits trägt die Vielzahl der so entstehenden Programme wenig zur Übersichtlichkeit der Förderlandschaft bei. Dadurch steigt der Beratungsbedarf zum Thema Fördermittel zusätzlich. Untersucht werden sollte die regionalspezifische Passförmigkeit der Länderprogramme und das Ineinandergreifen mit bundesweiten Programmen, damit beide Ebenen besser aufeinander abgestimmt werden können.

Sowohl beim Ordnungsrecht als auch bei finanzwirtschaftlichen Instrumenten sollte darauf geachtet werden, dass die Rahmenbedingungen für energetische Sanierungen verlässlich und berechenbar sind. Gleichzeitig müssen die Anforderungen sukzessive verschärft werden, damit sich der Markt weiterentwickelt. Daher ist eine Verstetigung der politischen Instrumente dringend notwendig. Förderprogramme sollten auf lange Sicht finanziell abgesichert und beim Ordnungsrecht längerfristige Reduktionsziele formuliert werden.

Bekanntheit und Übersichtlichkeit der Instrumente sollten verbessert werden. Ein einfacheres und effizienteres Regelwerk würde entstehen, wenn man die beiden relevanten Gesetze EEWärmeG und EnEV und ihre zugehörigen Verordnungen zusammenlegen würde. Die Förderangebote sollten hinsichtlich der Ausrichtung der Programme (Spitzen- oder Breitenförderung, besondere Anforderungen) und der unterschiedlichen Ebenen (Bund, Land, Kommune) zudem besser koordiniert und kommuniziert werden.

Innovative Finanzierungsmodelle

Die Untersuchungen im Projekt ENEF-Haus haben gezeigt, dass viele Eigenheimbesitzer und -besitzerinnen eine Kreditaufnahme als ein Problem empfinden, weil sie sich nicht verschulden wollen oder können. Fehlende finanzielle Mittel sind also eine massive Bremse für energetische Sanierungsmaßnahmen. Deshalb ist es besonders misslich, wenn die einschlägigen Förderprogramme der KfW vorzeitig ausgeschöpft und die Förderkonditionen verschärft werden. Knappe öffentliche Kassen und dezidierter Widerstand gegen jede weitere Steuer- und Abgabenerhöhung sind jedoch auf absehbare Zeit Teil der Förderkulisse. Vor diesem Hintergrund ist neben der effizienten Gestaltung der vorhandenen Instrumente auch die Suche nach neuen wichtig.

Als Ergänzung zum bestehenden Instrumentarium werden hier alternative Finanzierungsmodelle vorgestellt und empfohlen.

Ausweitung des Eigenheimrentengesetzes

Die staatliche Förderung im Rahmen der Riester-Rente kann seit dem Jahr 2008 alternativ für den Kauf von Wohneigentum verwendet werden, um der Funktion von Immobilienbesitz als Altersvorsorge gerecht zu werden (Eigenheimrentengesetz). Dieser sogenannte „Wohn-Riester“ ermöglicht, dass mit dem gesparten Vertragsguthaben auch selbstgenutztes Wohneigentum finanziert werden kann. Bisher kann das Geld jedoch nicht für die energetische Sanierung von bereits erworbenem Wohneigentum eingesetzt werden. Dabei wäre das angesichts steigender Energiepreise eine sinnvolle Investition in einen kostengünstigen Wohnsitz im Alter.

Gerade für aufwendigere energetische Sanierungen wäre die Anpassung des Eigenheimrentengesetzes eine alternative Finanzierungsmöglichkeit. Geklärt werden müsste allerdings, welche Sicherheiten der Refinanzierung die Eigenheimbesitzer im Falle eines Verkaufs hätten. Denn bislang spiegeln sich die Kosten einer energetischen Sanierung in der Regel nicht unmittelbar in einer Wertsteigerung des Hauses auf dem Immobilienmarkt.

Politisch scheint eine Ausweitung des Eigenheimrentengesetzes relativ einfach umsetzbar, da neben dem Staat keine weiteren Akteure betroffen wären. Die Kosten hielten sich außerdem in Grenzen, da die vorhandenen Fördermittel lediglich (teilweise) umgewidmet würden. Aus diesen Gründen ist eine kurzfristige Ausweitung des Eigenheimrentengesetzes zu empfehlen.

Einführung eines Energieeffizienzfonds

Energieeffizienz- oder auch Energiesparfonds sind Institutionen, die Energiesparmaßnahmen in einem oder in unterschiedlichen Sektoren fördern und bündeln. Die EU-Energiedienstleistungs-Richtlinie ermöglicht den Mitgliedsstaaten explizit, solche Energieeffizienzfonds zu schaffen. Großbritannien und Dänemark betreiben bereits seit einiger Zeit derartige Fonds. In Dänemark förderte der Fonds in den vergangenen Jahren den Wechsel von Strom- zu effizienteren Heizungen; seit 2010 können auch Maßnahmen in den Bereichen Wärmeverbrauch und energetische Sanierung unterstützt werden. Das Energiekonzept der Bundesregierung sieht nun die Errichtung eines Energieeffizienzfonds aus Förderbeiträgen der Kraftwerksbetreiber sowie aus Mitteln aus der Versteigerung der Emissionszertifikate vor. Mit diesem Fonds sollen Maßnahmen wie Energie- und Stromsparchecks für private Haushalte sowie Energieausweise für Gebäude finanziert werden. Damit betreffen nur wenige Maßnahmen den Ein- und Zweifamilienhausbereich – hier wäre beispielsweise eine deutliche Ausweitung auf Energieberatungsangebote denkbar.

Ein Vorteil von Energieeffizienzfonds ist die Bereitstellung eines einheitlichen Rahmens für unterschiedliche Programme und Akteure. Er würde über mehrere Jahre stabile und verlässliche finanzielle Bedingungen schaffen und durch eine entsprechende Bündelung könnten die Programme an Bekanntheit gewinnen und besser aufeinander abgestimmt werden. Diesen Vorteilen steht die Sicht anderer Anbieter von Dienstleistungen im Energieeffizienzbereich gegenüber, die darin eine Monopolisierung von Angeboten sehen könnten.

Eine alternative Finanzierungsmöglichkeit wäre ein Aufschlag auf die Energiesteuer (als „public benefit charge"). Existierende Fonds wie der in Dänemark werden ebenfalls über solche Abgaben finanziert. In Deutschland ist Widerstand insbesondere von der Wirtschaft zu erwarten, die bereits bei der Ökosteuer erfolgreich Entlastungen durch die Verringerung der Arbeitgeberabgaben durchgesetzt hat. Dennoch ist diese Variante zu empfehlen, da sie gleichzeitig die Energiekosten erhöht und damit wiederum Effizienzmaßnahmen attraktiver macht. Die im Energiekonzept der Bundesregierung geplante Finanzierung aus Förderbeiträgen der Kraftwerksbetreiber wird vermutlich ebenfalls in einer Umlage auf die Energiekosten münden.

Ausweitung des Energie-Contractings

Energie-Contracting stellt eine Möglichkeit dar, Dienstleistungen im Energiebereich an einen Generalunternehmer zu vergeben. Bei dem Finanzierungs- und Betriebsverfahren entstehen keine oder nur geringe Investitionskosten für den Energienutzer, den sogenannten Contract-Nehmer. Die Kosten für die Umsetzung der geplanten Maßnahmen werden vom jeweiligen Dienstleister, dem Contractor, übernommen. Die Investitionen des Contractors in Planung, Bau, Finanzierung und Anlagenmanagement amortisieren sich durch die erzielten Energieeinsparungen und werden durch lange Vertragslaufzeiten abgesichert.

Energie-Contracting hat eine Reihe von Vorteilen für die Contracting-Nehmer. Es ermöglicht Investitionen in die Gebäudesanierung, die für Eigentümer nicht aufzubringen sind. Neben dem Wegfall der einmaligen Investitionskosten sind vor allem Garantien für die laufenden Kosten sowie zusätzliche Serviceangebote Argumente für ein entsprechendes Energieliefer-Contracting. Die Gebäudebesitzer und -besitzerinnen gehen damit weniger Risiken ein, da technische (und teilweise finanzielle) Risiken beim Contractor bleiben. Außerdem können häufig bessere Bezugskonditionen für Anlagen, Dienstleistungen und die Energiebereitstellung erzielt werden.

Allerdings ist Contracting gerade im Ein- und Zweifamilienhausbereich noch nicht bekannt und deshalb erklärungsbedürftig. Existierende Angebote in diesem Bereich beschränken sich auf den Einbau von Heizungsanlagen. Lokale Energieversorgungsunternehmen stellen oft nur öl- oder gasbetriebene Heizanlagen zu Verfügung, die sie selbst mit Brennstoffen versorgen. Energie-Contracting, das auch Maßnahmen an der Gebäudehülle oder den Einbau von EE-Heizungen umfasst, ist derzeit kaum verbreitet. Dabei wäre es in diesen Fällen gerade angesichts der hohen Investitionskosten eine attraktive alternative Finanzierungsmöglichkeit für Eigenheimbesitzer.

Einem Energie-Contracting für Eigenheime stehen vor allem zwei Hindernisse entgegen. Zunächst ist noch unklar, wie weit die Akzeptanz von Contracting-Modellen bei Eigenheimbesitzern und -besitzerinnen reicht. Denn für viele ist eine affektive Bindung an das eigene Haus schwer mit einer Fremdkontrolle einzelner Teile des Eigenheims zu vereinbaren. Darüber hinaus ist aus Sicht der Contractoren jeder einzelne Contracting-Vertrag mit Transaktionskosten verbunden. Diese müssen ebenso wie die eigentlichen Investitionskosten durch die eingesparte Energie refinanziert werden. Das Einsparpotenzial in einem Einfamilienhaus ist jedoch in der Regel nicht groß genug, um neben den Investitionskosten auch noch diese Transaktionskosten abzudecken.

Eine deutliche Ausdehnung des Energie-Contractings für Eigenheime ist wahrscheinlich nur möglich, wenn den privaten Contracting-Firmen wenigstens ein Teil der Kosten abgenommen wird. Welche Formen solche Kooperationen zwischen privaten Unternehmen und Institutionen der öffentlichen Hand annehmen sollten, muss sorgfältig geprüft werden. Denn hier besteht die Gefahr der Wettbewerbsverzerrung und monopolistischer Strukturen der Anbieter. Denkbar wäre ein solches Angebot beispielsweise durch die KfW in Verbindung mit der Deutschen Energie-Agentur (dena). Das könnte Vertrauen durch Qualitätskontrollen schaffen, Kosten mittels einer Poolbildung reduzieren oder Ausfallrisiken abfedern. Bei der Ausrichtung des Instruments sollte außerdem darauf geachtet werden, dass es vor allem die großen Einsparpotenziale adressiert.

Motivieren, Informieren und Beraten

Bei einer energetischen Sanierung muss man sich – wie bei jeder anderen größeren Reparatur oder Veränderung am Haus – intensiv mit baulichen und technischen Fragen auseinandersetzen. Im Unterschied zu gewöhnlichen Instandhaltungsarbeiten erfordert eine energetische Sanierung jedoch eine veränderte Betrachtungsweise, bei der nicht allein Funktionserhalt und Aussehen der Immobilie zählen. Die Sanierer müssen vielmehr das eigene Haus unter energetischen Gesichtspunkten neu bewerten, mit eingespielten Instandhaltungsroutinen brechen und bereit sein, sich mit innovativen Techniken auseinanderzusetzen. Daraus ergeben sich verschiedene Schwierigkeiten: Die Folgen der Entscheidung sind häufig nicht einfach überschaubar, der Nutzen der Sanierung ist teilweise unsicher, die Entscheidungsfindung ist zeit- und wissensintensiv und viele Hausbesitzer haben auf diesem Gebiet nur geringe Vorkenntnisse und Erfahrungen.

Kommunikationsziele

Steigende Energiekosten und langjährige Kampagnen haben dazu geführt, dass die überwiegende Mehrheit der Eigenheimbesitzer und -besitzerinnen positiv zum Thema Energieeffizienz eingestellt ist. Damit daraus auch Taten folgen und die Chancen konsequent genutzt werden, müssen Hausbesitzer die konkreten Möglichkeiten einer energetischen Sanierung erkennen und von ihrem persönlichen Nutzen überzeugt sein. Sie müssen wissen, welche Einsparpotenziale ihr Haus besitzt und welche energetischen Sanierungsmaßnahmen in ihrer konkreten Situation möglich und sinnvoll sind. Dies kann durch ein integriertes Kommunikations- und Marketingkonzept erreicht werden. Für dieses Kommunikations- und Marketingkonzept lassen sich drei Ziele formulieren:

- Um die persönliche Motivation für eine energetische Sanierung zu stärken, bedarf es einer *adressatengerechten Ansprache*. Das heißt, die Eigenheimsanier und -sanierer-innen müssen gezielt auf ihre Ziele und Motive angesprochen und überzeugt werden.

- Angesichts der Komplexität der Sanierungsentscheidung muss die *Kompetenz* von Eigenheimbesitzern *gestärkt werden*. Die Vermittlung von Wissen bildet daher einen besonderen Schwerpunkt. Wichtige Ziele sind dabei, Wissensdefizite auszugleichen („Qualitätsunsicherheit“) und die Überforderung durch zu viele und widersprüchliche

Informationen abzubauen. Vor allem muss die Kommunikation zwischen den verschiedenen Akteuren während des Entscheidungsprozesses gefördert werden.

- Und schließlich müssen Eigenheimsanierer so angesprochen werden, dass *Sanierungschancen optimal für eine energetische Sanierung genutzt* werden. Idealerweise sollte die Ansprache also zu einem Zeitpunkt erfolgen, an dem größere Sanierungsvorhaben geplant werden.

Elemente einer Kommunikationsstrategie

Aus den genannten Kommunikationszielen lassen sich verschiedene Strategieelemente ableiten, die in einem Kommunikationskonzept für eine energieeffiziente Eigenheimsanierung berücksichtigt werden müssen:

- Die Kommunikationsstrategie muss sich auf *konkrete Situationen* beziehen: Eigentumserwerb, vorsorgende Instandhaltung sowie die Behebung akuter Probleme bilden Sanierungsanlässe, die als Ansatzpunkte für die Kommunikation genutzt werden können.

- Die Kommunikation muss *adressatendifferenziert* erfolgen. Bei der Ansprache müssen zielgruppenbezogene Motivallianzen, Hemmnisse und Informationskanäle adressiert werden. Das ENEF-Haus-Zielgruppenmodell liefert hier wichtige Anhaltspunkte.

- Für die Ansprache von Eigenheimbesitzern sollten vor allem *dialogische Kommunikationsformen* gewählt werden, da diese einen wechselseitigen Austausch ermöglichen.

- Die Kommunikationsstrategie enthält *konkrete Beratungselemente*. Vermittelt werden Informationen über das Haus und seine Sanierung in unterschiedlicher Tiefe. Beispiele sind Energiechecks, Initialberatung vor Ort, konzeptorientierte Beratung etc.

- Die Kommunikation von *zertifizierten Sanierungsstandards* ist ein weiteres Kernelement. Diese kann über monologische und dialogische Maßnahmen erreicht werden. Um eine breite Wirkung zu erreichen, kommt es darauf an, die Standards als Marke zu etablieren, wie es z. B. beim Klima Haus in Norditalien erreicht wurde (vgl. Deffner et al. 2010).

Die Situationen

Sanierungsanlässe bieten die Ansatzpunkte für die Kommunikation. Für jeden dieser Anlässe existieren Situationen, in denen ein Initialkontakt zu den Eigenheimbesitzern hergestellt werden kann. Kommunikationsangebote sollten daher möglichst an solchen Sanierungsanlässen ausgerichtet sein. Eine Sichtung von „Best-Practice"-Beispielen liefert gute Anregungen, die für ein dialogisches Marketing genutzt werden können.

Sanierungsanlass	Möglicher Initialkontakt
Erwerb einer Gebrauchtimmobilie	➜ Bei Eigentumsübertragung (Maklergespräch, Vormerkung Grundbucheintrag, Beratung Baukreditgeber)
Vorsorgeorientierte Instandhaltung	➜ Gebietsbezogen: Vor-Ort-Kampagnen in sanierungsbedürftigen Gebieten (Baualter) Stadt-/Ortsteilbezogene Beratung
Akute Defekte und anstehende Probleme	➜ Baufachhandel/Baumärkte, Verbrauchermessen und Events zum Thema Bauen und Sanieren

Die Adressaten

Als Adressatengruppe für eine Kommunikations- und Marketingstrategie kommen Hauseigentümerinnen und -eigentümer in Betracht, die konkret vor einer Sanierungsentscheidung stehen. Nicht alle identifizierten ENEF-Haus-Zielgruppen weisen gleichermaßen das Potenzial für eine Verhaltensänderung zugunsten einer energetischen Sanierung auf. Dies liegt an ihrer unterschiedlich ausgeprägten Bereitschaft für eine Beschäftigung mit dem Thema (Involvement). Das Involvement beeinflusst, für welche Kommunikationsformen die Person empfänglich ist. Zur engeren Adressatengruppe zählen Zielgruppen, die ein gesteigertes Involvement aufweisen und deren Sanierungsmotive sich auf die Wertsteigerung des Hauses und soziale Distinktion beziehen (auf dem neuesten Stand sein, Technikaffinität, weiter sein als andere). Weiter sind es diejenigen, deren Sanierungsbarrieren Vorurteile, Ängste und Mangel an Information/Beratung sind. Daraus identifizieren wir drei Adressatengruppen für Kommunikationsangebote:

- Überzeugte Energiesparer
- Aufgeschlossene Skeptiker
- Unreflektierte Instandhalter

Dialogische Kommunikation

Dialogisches Marketing gründet darauf, dass ein wechselseitiger Austausch entsteht und soziale Interaktion initiiert wird (Paech 2010). Im Unterschied zu monologischen, massenmedialen Kommunikationsinstrumenten zielen sie darauf ab, eine stärkere Interaktion zwischen Experten und Adressaten oder zwischen den Adressaten anzuregen.

Dialogische Kommunikation setzt am jeweiligen Stand der Entscheidungsfindung an: Je weiter fortgeschritten die Entscheidung für eine Sanierungsmaßnahme ist, desto wichtiger ist es, dass Austausch und Beratung individuell auf die Situation des Bauherren oder der Bauherrin zugeschnitten sind. Kommuniziert werden daher keine allgemeinen Botschaften, sondern spezifische Informationen, die sich auf das konkrete Gebäude und darauf abgestimmte Maßnahmen beziehen. Durch den Austausch mit anderen Eigenheimsanierern wird eine energetische Sanierung als konkret machbar und durchführbar bewertet. Außerdem können so Vorbehalte abgebaut werden (vgl. Stieß et al. 2010).

Für die dialogische Ansprache von Eigenheimsanierern und -saniererinnen bietet sich ein breites Spektrum an Maßnahmen an. Zum Beispiel Messeauftritte und Infostände, Testimonials, gläserne Baustellen, Informationsveranstaltungen in Wohngebieten oder Workshops. Zur dialogischen Kommunikation können auch die verschiedenen Typen von Energieberatung gezählt werden, die im folgenden Abschnitt dargestellt werden.

Die Beratungsangebote

Das Spektrum an Energieberatungen in Deutschland ist groß und durch die Vielzahl an Anbietern nicht leicht zu überschauen. Sie unterscheiden sich deutlich hinsichtlich Themenvielfalt und Beratungstiefe. Systematisieren lassen sich die Angebote auf Basis der Kriterien Ort und Dauer der Energieberatung, inhaltliche Themenvielfalt, Beratungstiefe zu den Themen, Art des Produkts und Kosten. Aus diesen Kriterien lassen sich sechs verschiedene Beratungstypen ableiten, die sich an unterschiedliche Zielgruppen wenden. Je nach Ziel und Zielgruppe einer Kommunikationskampagne können die passenden Beratungstypen eingesetzt werden. Wichtig ist eine zielgruppenspezifische Vermittlung der Angebote, wie es im Rahmen eines dialogischen Marketings erfolgen kann.

Beratungstypen

- Kunden bekommen von geschulten Handwerkerinnen oder Handwerkern einen *Energiecheck* ihres Gebäudes auf Basis leicht zugänglicher Daten, die eine erste Einschätzung zum energetischen Zustand ermöglichen. Eigene Verkaufsinteressen der Handwerker sind bei Energiechecks nicht auszuschließen.

- Qualifiziertes Personal im Baustoff-Fachhandel bietet zum Thema energetische Sanierung, insbesondere Dämmung, eine stationäre *Energiefachberatung* an. Sofern gewünscht, werden softwaregestützte Einschätzungen zur energetischen Qualität der Gebäude geliefert. Eigene Verkaufsinteressen sind bei dieser Art der Beratung möglich.

- In einer *stationären Initialberatung* erhalten Kunden in einer Beratungsstelle von unabhängigen Beraterinnen und Beratern je nach Bedarf Informationen rund um das Thema Energieeinsparung im Wohnumfeld und energetisches Sanieren.

- In einer *Initialberatung vor Ort,* das heißt einer Beratung im zu sanierenden Haus, erhalten Kunden von unabhängigen Beraterinnen und Beratern Informationen rund um das Thema Energieeinsparung im Wohnumfeld und energetisches Sanieren. Dabei wird das Gebäude kurz besehen und die konkrete Situation des Gebäudes in die Sanierungsempfehlungen mit einbezogen.

- In einer *Orientierungsberatung vor Ort* vermitteln unabhängige Beraterinnen und Berater Informationen rund um das Thema Energieeinsparung, erstellen ein Gebäudeenergiegutachten auf Basis einer Datenerhebung vor Ort und geben Empfehlungen zu energetischen Sanierungen.

- In einer *konzeptorientierten Beratung* erstellen unabhängige Berater auf Basis einer detaillierten Gebäudeanalyse Vorschläge für ein umfassendes Sanierungskonzept sowie Wirtschaftlichkeitsberechnungen und informieren zu Förderprogrammen.

	Energiechecks	Energiefach-beratung im Baustoffhandel	Initialberatung stationär
Dauer des Beratungsgesprächs	< 30 min	< 30 min	< 30 min
Ort der Beratung	vor Ort	Baustoff-Fachhandel	Verbraucherzentra-len, Rathäuser etc.
Themenvielfalt			
Baulicher Wärmeschutz, Anlagentechnik	(x)	x	x
Fördermittel			x
Wirtschaftlichkeit			
Beratungstiefe zu den Themen			
Sanierungsempfehlungen	allgemein	allgemein	allgemein
Energetischer Zustand des Gebäudes	fragebogenbasiert	computergestützte Berechnung	–
Maßnahmenspezifische Energieeinsparpotenziale	–	computergestützte Berechnung	–
Kosten	–	–	< 25 EUR
Produkt	Energiecheck-bogen	Berechnungs-ergebnisse	ggf. Notizen

Tabelle: Übersicht über Beratungsangebote (vgl. Dunkelberg/Stieß 2010)

Initialberatung vor Ort	Orientierungs-beratung vor Ort	Konzeptorientierte Beratung
1–2 h	1–2 h	2 h
vor Ort	vor Ort	vor Ort
x	x	x
x		x
		x
gebäudebezogen	gebäudebezogen	gebäudebezogen
–	computergestützte Berechnung	computergestützte Berechnung
–	computergestützte Berechnung	computergestützte Berechnung
< 100 EUR	100–300 EUR	> 300 EUR
Beratungsprotokoll	Gebäudeenergie-Gutachten	umfassender Beratungsbericht

Dialogische Kommunikationsstrategien

Die einzelnen Elemente des Kommunikationskonzepts können genutzt werden, um Strategien für eine dialogische Kommunikation mit Eigenheimsanierern zu entwickeln. Wie solche Kommunikationsstrategien und -instrumente aussehen können, wird im Folgenden auf der Grundlage einer Analyse von „Good-Practice"-Beispielen und eigenen Überlegungen vorgestellt.

Situation Reparieren: Sensibilisierung

Eine anstehende Reparatur oder Sanierung ist ein guter Anlass, um Sanierer, die von sich aus keine Energieberatung in Anspruch nehmen würden, für das Thema energetisches Sanieren zu sensibilisieren. Kommunikationsmaßnahmen mit einer niedrigen Eintrittsbarriere sind hier geeignet, weil sie ein geringes Involvement seitens der Adressaten erfordern. Dies kann beispielsweise eine stationäre Energieberatung im Baustoff-Fachhandel sein: Potenzielle Kunden werden bei der Kaufberatung für die anstehende Reparatur über Energieeffizienz informiert. Dadurch kann erreicht werden, dass dieses Thema doch noch in die Entscheidung mit einbezogen wird. Vor Ort können auch Handwerker oder Schornsteinfeger zur Sensibilisierung beitragen. Zum Beispiel können sie eine anstehende Reparatur oder Sanierung zum Anlass nehmen, um einen kostenlosen Energiecheck des Hauses durchzuführen (Beispiel Kampagne „Haus sanieren! Profitieren!" der Deutschen Bundesstiftung Umwelt in Kooperation mit dem Handwerk). Die Akzeptanz solcher Angebote kann durch monologische, massenmediale Kommunikation gesteigert werden. So kann die Wirkung der Kampagne durch zusätzliche monologische Marketingmaßnahmen unterstützt werden, die auf das Beratungsangebot aufmerksam machen (Regional-TV und Radio etc.).

Situation Hauserwerb: Dialogmarketing Immobilienerwerb

Den Erwerb einer Gebrauchtimmobilie nehmen viele zum Anlass zu sanieren. Zudem werden durch die Eigentumsübertragung unter Umständen bestimmte gesetzliche Sanierungspflichten ausgelöst. Bislang fehlen jedoch Instrumente, um Eigenheimerwerber vor einem Hauskauf gezielt für eine energetische Sanierung zu sensibilisieren. Das Dialogmar-

keting Immobilienerwerb greift den Sanierungsanlass ‚Erwerb einer Gebrauchtimmobilie' auf und wendet sich an alle Zielgruppen. Die Käufer sollen zu dem Zeitpunkt, an dem der Kauf fast beschlossen ist, auf die Möglichkeiten und Potenziale der energetischen Sanierung des Hauses angesprochen werden und unabhängige Informationen erhalten. Meist haben sie zu diesem Zeitpunkt bereits Überlegungen zu anstehenden Sanierungs- und Renovierungsarbeiten am Kaufobjekt gemacht, um den Finanzierungsbedarf festzulegen. Erhält der potenzielle Erwerber die Mappe, ist das erst der Beginn der dialogischen Kommunikation, weitere Beratungs- und Informationsangebote müssen folgen.

Die Mappe zum Dialogmarketing Immobilienerwerb mit regionalisierten Informationen kann während des Beratungsgesprächs mit einem Baukreditgeber, einem Immobilienmakler oder einem Gutachter übergeben werden.

Das Dialogmarketing Immobilienerwerb besteht aus mehreren Elementen:

Teil 1 – Anschreiben: Als Absender kommen lokale/regionale Energieagenturen oder lokale Verwaltungen in Frage

Teil 2a – Informationsteil: Gesetzliche Pflichten zum Objekt, Ratgeber, Umsetzung, Finanzierung

Teil 2b – Servicekarte: Darin enthalten ist die Anforderung weiterer Service-/Beratungsangebote

Teil 3 – Weitere dialogische Maßnahmen: Testimonials, Modellbaustellen, Veranstaltungen in Wohngebieten, Workshops

Nachdem der zukünftige Erwerber eine Dienstleistung oder ein Informationsangebot aus der Mappe angefordert hat, wird er oder sie angerufen und der Bedarf an weiteren Dienstleitungen und der Planungsstand erfragt. Dem Immobilienerwerber werden dann weitere Angebote unterbreitet.

Situation vorsorgeorientiert Sanieren: Lokale Kampagnen

Mit Vor-Ort-Kampagnen werden gezielt Eigentümer in Wohngebieten mit einem hohen Sanierungspotenzial angesprochen, bei denen eine Sanierung ansteht. Die Gebiete werden nach siedlungsstrukturellen und baulichen Kriterien ausgewählt. Es können aber auch Gebiete mit einer hohen Umzugsdynamik ausgesucht werden (Verknüpfung mit dem Anlass Eigentumsübertragung).

Der Grundgedanke dieser Kampagnen besteht darin, potenzielle Eigenheimsanierer und -saniererinnen durch maßgeschneiderte Öffentlichkeitsarbeit auf Beratungsangebote für eine energetische Sanierung aufmerksam zu machen. Je nach Zielsetzung und Zielgruppe können unterschiedliche Beratungsangebote beworben werden, beispielsweise konzeptorientierte Beratungen (Zielgruppe „Überzeugte Energiesparer“) oder Initial- und Orientierungsberatungen (Zielgruppe „Aufgeschlossene Skeptiker“ und „Unreflektierte Instandhalter“). Die Kommunikationskampagne kann mit finanziellen Anreizen, etwa in Form von Zuschüssen, zu einer umfassenden konzeptorientierten Energieberatung verbunden werden.

Ein gutes Beispiel für die Anwendung unterschiedlicher Kommunikationsangebote und Marketingelemente ist die Kampagne ‚Gut beraten starten’ in Hannover. Daraus und aus anderen Fallbeispielen lassen sich zentrale Bausteine gebietsbezogener Kampagnen ableiten:

PR Standardelemente	■ Auftaktveranstaltung + Einladungen, Einbeziehen von örtlichem Handwerk und Dienstleistern ■ Pressearbeit, Medienpartner, TV & Radio
Campaigning	■ Beratungswochen in Gebieten mit hohem Sanierungsbedarf ■ Aktionen mit hohem Aufmerksamkeits- und Nutzenwert (z. B. Thermographie-Aktion) ■ Infostände mit stationärer Initialberatung
Beratungsangebot & Dialogische Kommunikation	■ Preisgünstige oder kostenlose Basisberatung als Marketing (z. B. Energiecheck, Initialberatung vor Ort, Orientierungsberatung vor Ort) ■ Konzeptorientierte Beratung mit Dokumentation und Maßnahmenvorschlägen (Förderung durch Zuschuss) ■ Modellbaustellen und Testimonials (Kommunikation zwischen Eigenheimsanierern und Interessierten)
Monologisches Marketing	■ Einladungen und Freikarten auf Verbrauchermessen und sonstigen Events (Landesgartenschauen), Vorträge

Schlusswort

Mit der Verabschiedung des Energiekonzepts der Bundesregierung im September 2010 liegt nun ein aktuelles politisches Rahmenkonzept vor, in dem auch die Steigerung der Gebäudeenergieeffizienz eine wichtige Rolle einnimmt. Vor allem die angestrebte Verringerung des Primärenergiebedarfs um 80 Prozent bis 2050 und die Formulierung eines Sanierungsfahrplans mit einer Verschärfung der Zielwerte im Zeitverlauf stellen entscheidende Eckpunkte dar.

Das Fehlen kurzfristiger Zielvorgaben bis zum Jahr 2020 und die ungesicherte Finanzierung der Förderprogramme lassen die kurzfristige Wirksamkeit des Konzepts jedoch fraglich erscheinen. Zudem werden Eigenheimbesitzer bislang nicht als gesonderte Zielgruppe angesprochen. Vor diesem Hintergrund liefern die Ergebnisse von ENEF-Haus den politischen und gesellschaftlichen Akteuren wichtige Hinweise, wie Eigenheimbesitzerinnen und -besitzer für eine energetische Sanierung motiviert und anspruchsvolle Klimaschutzziele für die Ein- und Zweifamilienhäuser erreicht werden können.

Damit dies geschieht, müssen Sanierungsanlässe konsequent für eine energetische Sanierung genutzt werden. Bei einer Eigentumsübertragung könnte ein ganzes Maßnahmenbündel greifen, wie zum Beispiel eine Immobilienkäufermappe mit umfassenden Informationen zur energetischen Sanierung, eine verpflichtende Energieberatung oder die verbindliche Vorgabe zentraler Modernisierungsmaßnahmen entsprechend ihrer technischen und wirtschaftlichen Realisierbarkeit.

Ordnungsrechtliche Zielvorgaben müssen außerdem eine langfristige Orientierung und Planungssicherheit geben, zum Beispiel, indem zu erreichende Energiebedarfswerte in einem Stufenmodell festgelegt werden. Damit auch aufwendige Vorhaben finanziert werden können, muss die Liquidität von Eigenheimbesitzern durch die Fortführung bewährter Förderprogramme und die Entwicklung innovativer Finanzierungsmöglichkeiten gesichert werden. Eine Möglichkeit ist es, das Eigenheimrentengesetz um die Möglichkeit der energetischen Sanierung als Altersvorsorge zu erweitern.

Und vor allem müssen Eigentümer gezielt für eine energetische Sanierung motiviert, informiert und beraten werden. Dazu könnten Ansätze eines dialogischen, an den unterschiedlichen Sanierungsanlässen ausgerichteten Marketings verstärkt für Informations- und Beratungsangebote von Kommunen, Energie- und Klimaagenturen, Verbraucher- und Umweltorganisationen, Energieberatern, lokalen Kompetenzzentren und Qualitätsnetzwerken genutzt werden.

Ausgewählte Literatur

Deffner, Jutta/Immanuel Stieß/Sylke Reisenauer (2010): Neue Wege in der Kommunikation energetischer Sanierung für EigenheimbesitzerInnen. Konzeptbausteine für eine integrierte Kommunikations- und Marketingstrategie mit dem Schwerpunkt auf dialogische Maßnahmen. Frankfurt am Main (in Vorbereitung)

Dunkelberg, Elisa/Immanuel Stieß (2010): Energieberatung für Eigenheimbesitzer/innen. Wege zu mehr Transparenz durch eine Systematisierung von Energieberatungsangeboten, zu Qualitätssicherung sowie zur Verbreitung durch kommunale Vernetzung. Berlin

Kleemann, Manfred (2006): Verdoppelung des Modernisierungstempos bis 2020. Minderungsziel: 30% Energieeinsparung. Langfassung. Evaluierung der Energie- und CO2-Einsparung im Auftrag des Bundesindustrieverbands Deutschland Haus-, Energie- und Umwelttechnik e.V.

Paech, Niko (2010): Basisstudie 2: Interaktionismus, Diffusion und Resultate einer Nutzerbefragung. Forschungsprojekt GEKKO – Gebäude, Klimaschutz und Kommunikation. Oldenburg http://www.gekko-oldenburg.de/images/stories/projekt/gekko-bs2-teil2-nutzerbefragungen.pdf

Stieß, Immanuel/Victoria van der Land/Barbara Birzle-Harder/Jutta Deffner (2010): Handlungsmotive, -hemmnisse und Zielgruppen für eine energetische Gebäudesanierung. Ergebnisse einer standardisierten Befragung von Eigenheimsanierern. Frankfurt am Main

Stieß, Immanuel/Victoria van der Land/Jutta Deffner/Barbara Birzle-Harder (2010): Eigenheimbesitzer zielgruppengerecht für eine energetische Sanierung motivieren. Zielgruppenbezogene Ansatzpunkte, Informationswege und Kommunikationsinstrumente. Frankfurt am Main

Stieß, Immanuel/Barbara Birzle-Harder/Jutta Deffner (2009): „So ein Haus ist auch die Sparkasse von einem." Motive und Barrieren von Eigenheimbesitzerinnen und -besitzern gegenüber einer energieeffizienten Sanierung: Ergebnisse einer qualitativen Untersuchung. Frankfurt am Main

Weiß, Julika/Elisa Dunkelberg (2010): Erschließbare Energieeinsparpotenziale im Ein- und Zweifamilienhausbestand. Berlin

Weiß, Julika/Thomas Vogelpohl (2010): Politische Instrumente zur Erhöhung der energetischen Sanierungsquote bei Eigenheimen – Eine Analyse des bestehenden Instrumentariums in Deutschland und Empfehlungen zu dessen Optimierung vor dem Hintergrund der zentralen Einsparpotenziale und der Entscheidungssituation der Hausbesitzer/innen. Berlin

Veröffentlichungen des ENEF-Haus-Verbunds stehen auf der Projekthomepage www.enef-haus.de zum Download zur Verfügung.

Links zu ausgewählten Kampagnen

http://www.bremer-modernisieren.de/

http://www.klimaschutz-hannover.de/Gut_beraten_starten.1665.0.html

http://www.viernheim.de/Energiekarawane.energiekarawane.0.html

http://www.vz-nrw.de/UNIQ128646995521151/sparnachbar

http://www.sanieren-profitieren.de/

Projektpartner und -förderung

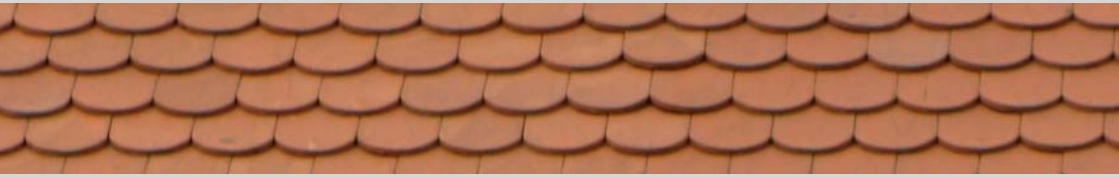
Als Forschungspartner kooperieren:
Hochschule Lausitz, Senftenberg (Projektkoordination), www.fh-lausitz.de
Institut für ökologische Wirtschaftsforschung IÖW, Berlin, www.ioew.de
Institut für sozial-ökologische Forschung (ISOE), Frankfurt am Main, www.isoe.de

Als Praxispartner sind beteiligt:
Bremer Energie-Konsens GmbH
dena – Deutsche Energie-Agentur GmbH
GIH – Bundesverband Gebäudeenergieberater Ingenieure Handwerker e.V.
Haus & Grund Deutschland
Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen
ZAB – ZukunftsAgentur Brandenburg

Internationale Partner:
Österreichisches Öko-Institut
Ökoinstitut Südtirol/Alto Adige
Statens Byggeforskningsinstitut (Danish Building Research Institute)

Das Forschungsvorhaben „ENEF-Haus – Energieeffiziente Modernisierung im Gebäudebestand bei Ein- und Zweifamilienhäusern – Aktivierung und Kompetenzstärkung von Eigenheimbesitzern" wurde gefördert vom Bundesministerium für Bildung und Forschung im Förderschwerpunkt Sozial-ökologische Forschung, Förderkennzeichen 01UV0805A-C.

GEFÖRDERT VOM
Bundesministerium für Bildung und Forschung



ENEF HAUS

Energieeffiziente Sanierung von Eigenheimen

www.enef-haus.de