

# Wegweiser Hauskauf – Wahrnehmung und ausgelöste Aktivitäten

Dr. Julika Weiß

Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW)

NABU ISOE IÖW-Workshop „Effizienzwende ohne Hauseigentümer?  
Gut motiviert zur Modernisierung“

Berliner Energietage / Berlin, 27. April 2015

Kooperationspartner:

Institut für  
sozial-ökologische  
Forschung 

 | i | ö | w  
INSTITUT FÜR ÖKOLOGISCHE  
WIRTSCHAFTSFORSCHUNG

Praxispartner:

 energie  
konsens  
die Klimaschutz.com

 verbraucherzentrale  
Nordrhein-Westfalen

 Klimaschutz-  
agentur Regio  
Hann

Gefördert durch:

 Bundesministerium  
für Umwelt, Naturschutz,  
Bau und Reaktorsicherheit

aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages



# Evaluationskonzept für das Modellprojekt

## Ziele der Evaluation:

- Reichweite in den Umsetzungsregionen
- Wahrnehmung und Nutzung, Folgeaktivitäten
- Sanierungsmaßnahmen und Klimaschutzwirkung
- Prozessdesign der Kommunikationsstrategie

=> Optimierung von Wegweiser und der Kommunikationsstrategie

## Elemente des Evaluationskonzepts:

- Interviews mit Praxispartnern und Multiplikatoren
- Monitoring – ausgegebene Zahl und Kommunikationswege
- Standardisierte Befragung von Empfänger/innen des Wegweisers

# Monitoring - Reichweite und Kommunikationskanäle

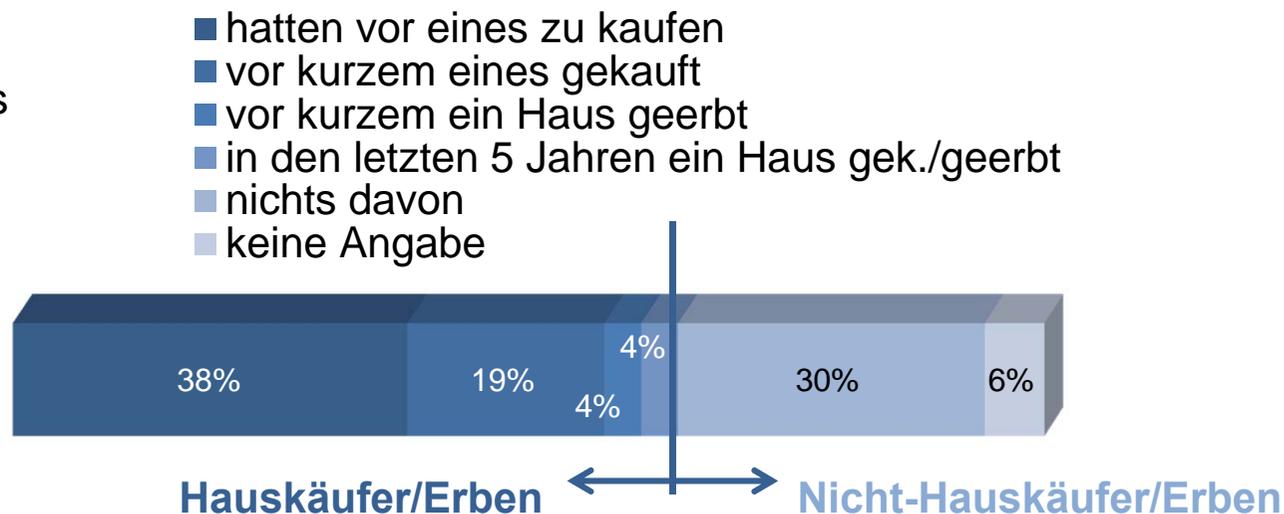
	Siegburg	Aachen	Hannover	Bremen	Gesamt
Erhaltene Wegweiser	200	400	900	900	<b>2400</b>
Durch Praxispartner versendete Exemplare	11	21	121	277	<b>430</b> (28%)
Durch Praxispartner persönlich ausgegebene Exemplare	34	93	259	290	<b>676</b> (43%)
Von Multiplikatoren persönlich ausgegebene Exemplare	13	56	134	245	<b>448</b> (29%)
<b>Gesamt</b>	<b>58</b> (29%)	<b>170</b> (43%)	<b>514</b> (57%)	<b>812</b> (90%)	<b>1554</b> (65%)

430 Adressen (ca. 400 Versand/30 persönliche Übergabe, fast nur Praxispartner)  
Starke Häufung von Bestellungen in Bremen nach Veranstaltungen

# Wird die Zielgruppe Hauskäufer/Erben erreicht?

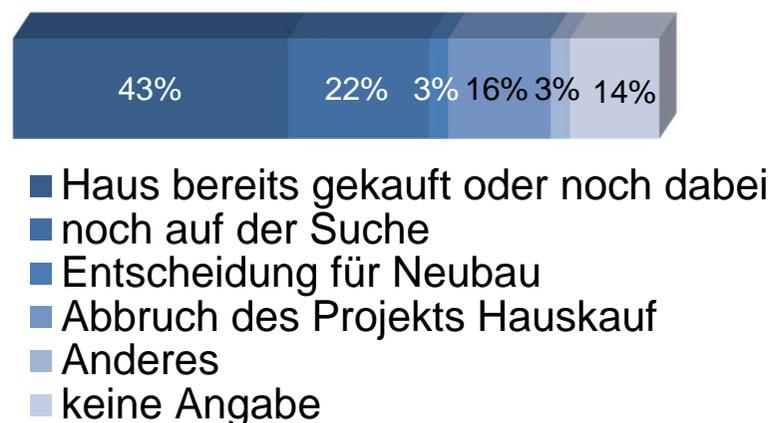
## Hauskauf-Situation bei Erhalt des Wegweisers

Basis: 84 Gesamt

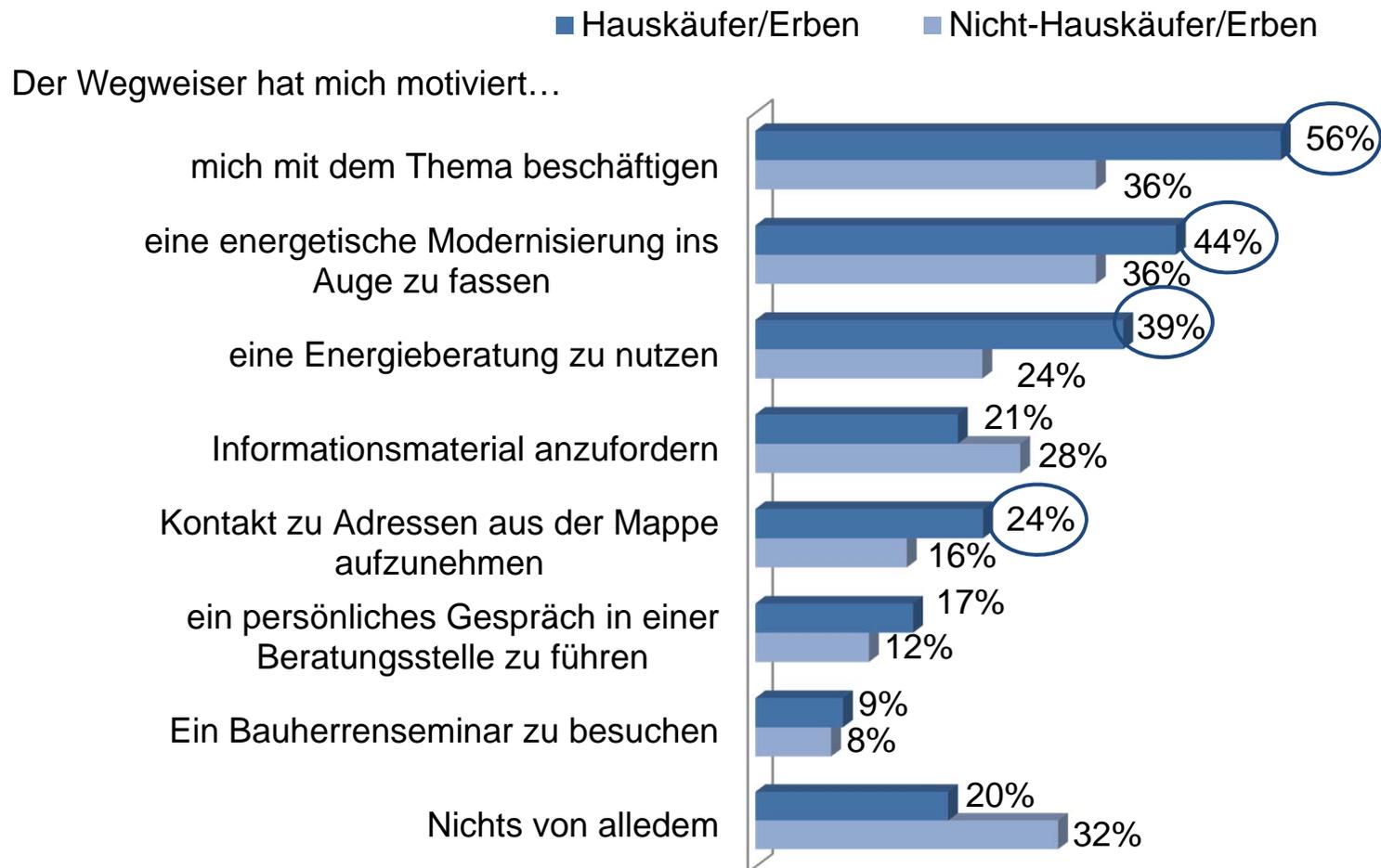


## Hauskauf-Situation zum Zeitpunkt der Befragung

Basis: 37

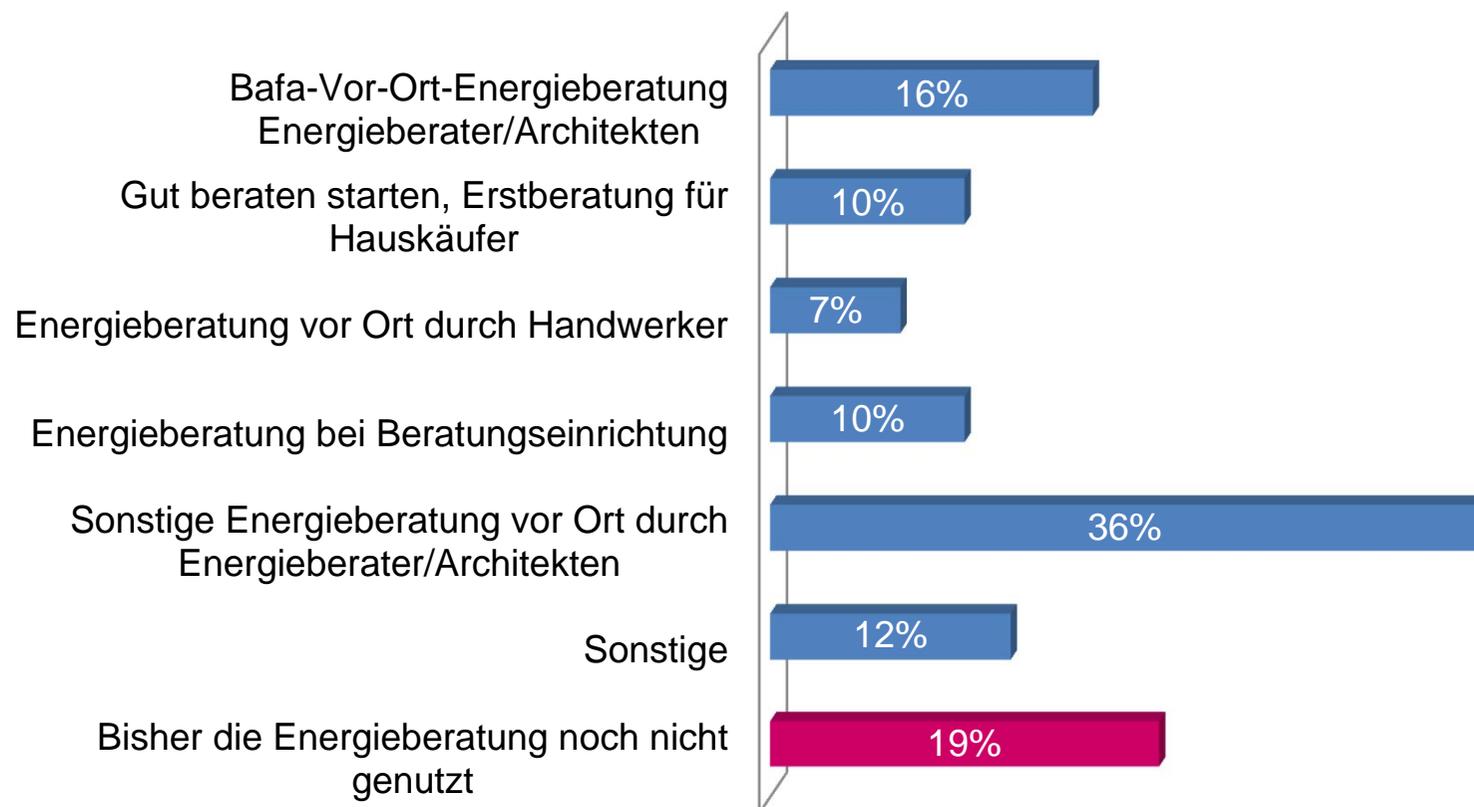


# Motivation durch den Wegweiser



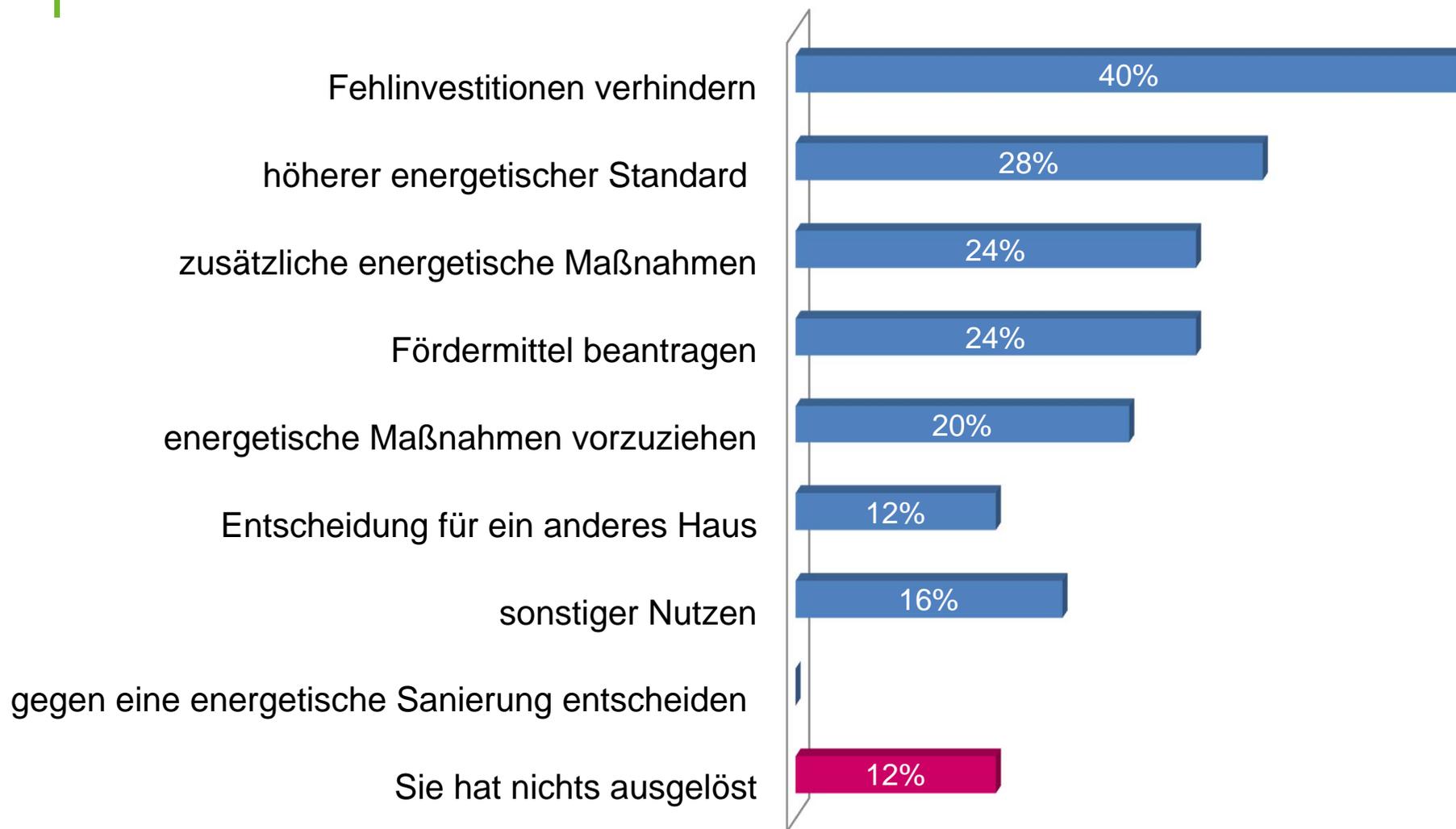
Basis: 54 Hauskäufer/Erbe; 25 Nicht-Hauskäufer/Erben

## Genutzte Energieberatungsangebote



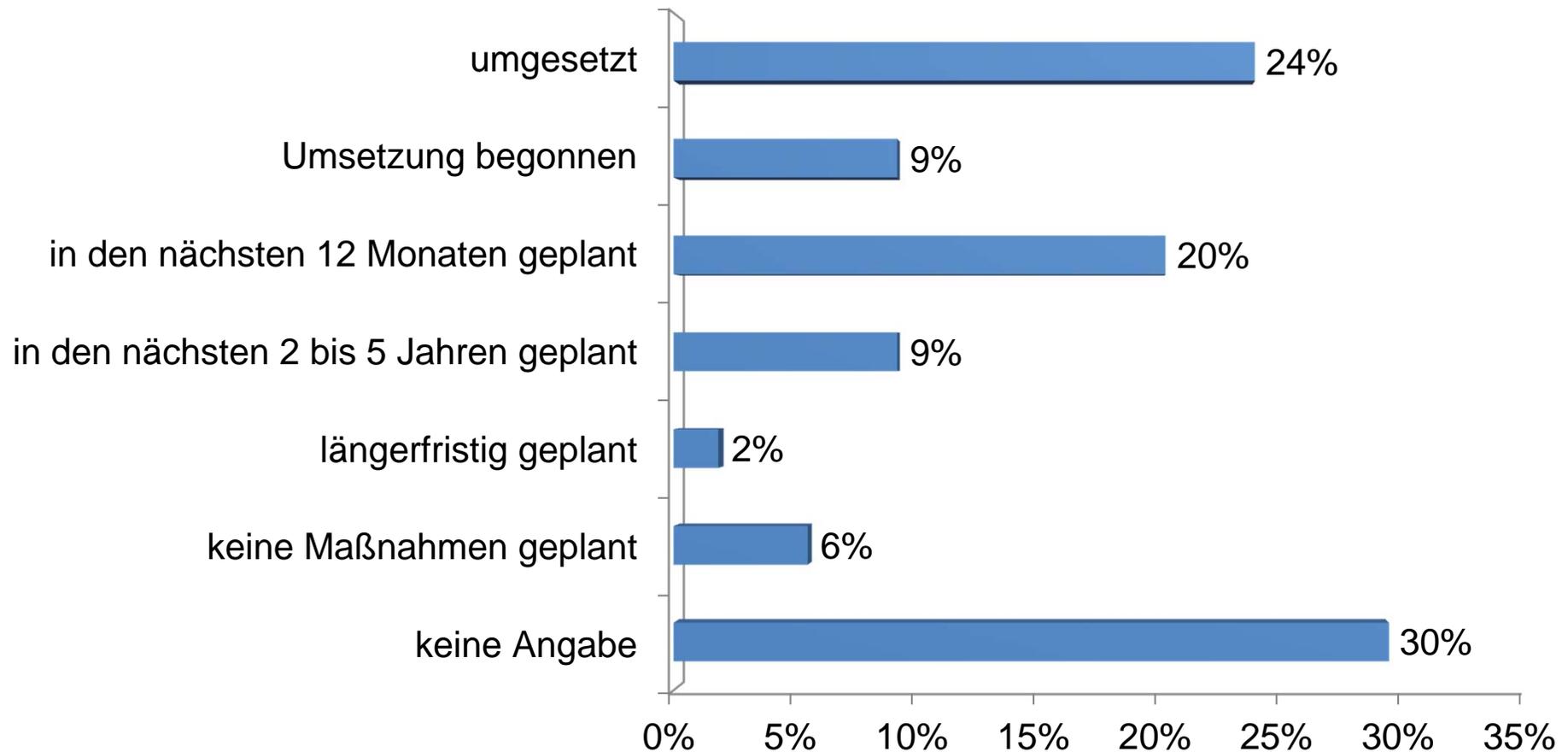
Basis: 31 alle, die durch den Wegweiser zu einer Energieberatung motiviert wurden

# Wirkung der Energieberatung



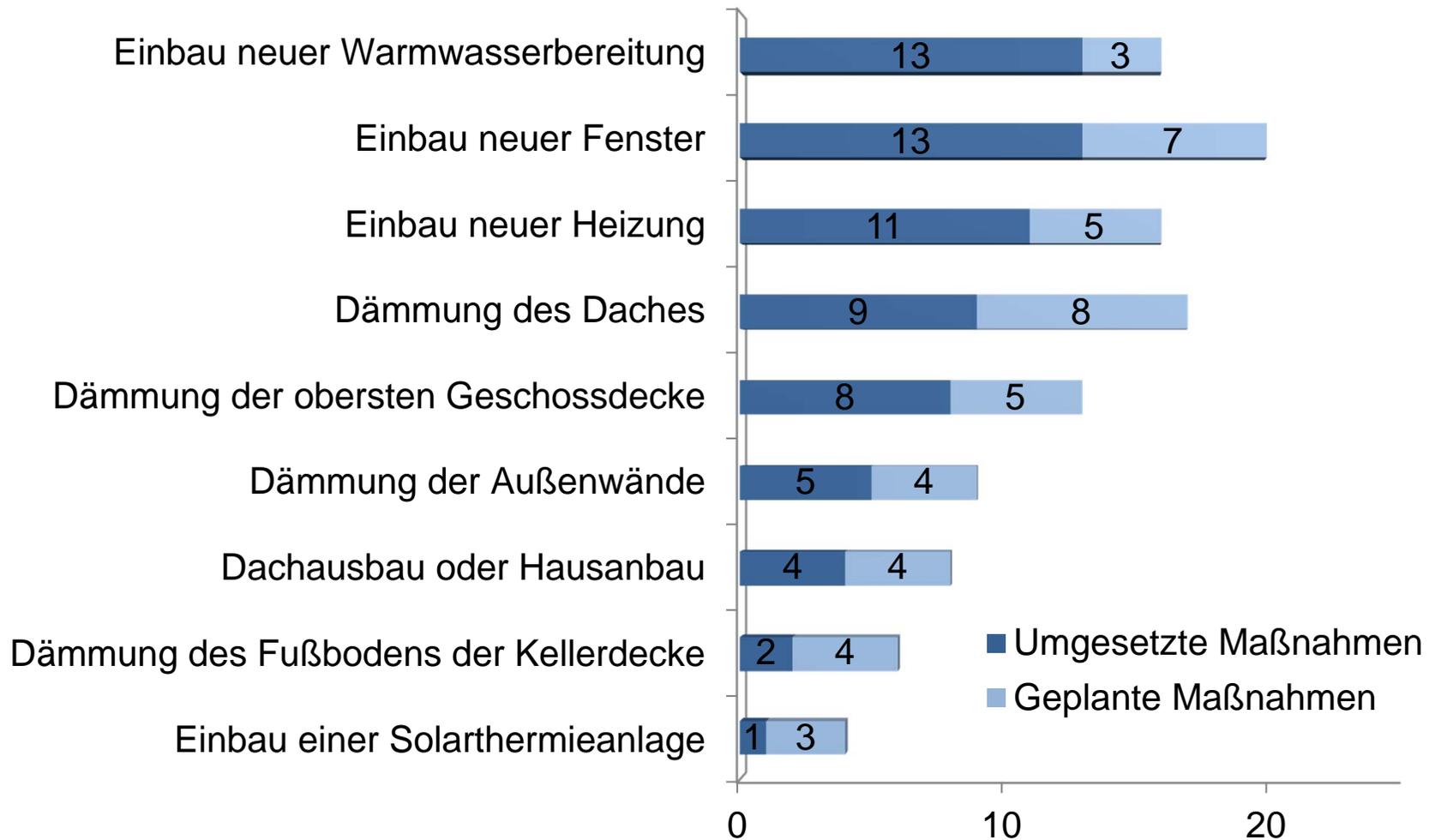
Basis: 25, alle mit Energieberatung - Mehrfachnennungen

## Durchführung energetischer Maßnahmen seit Erhalt des Wegweisers



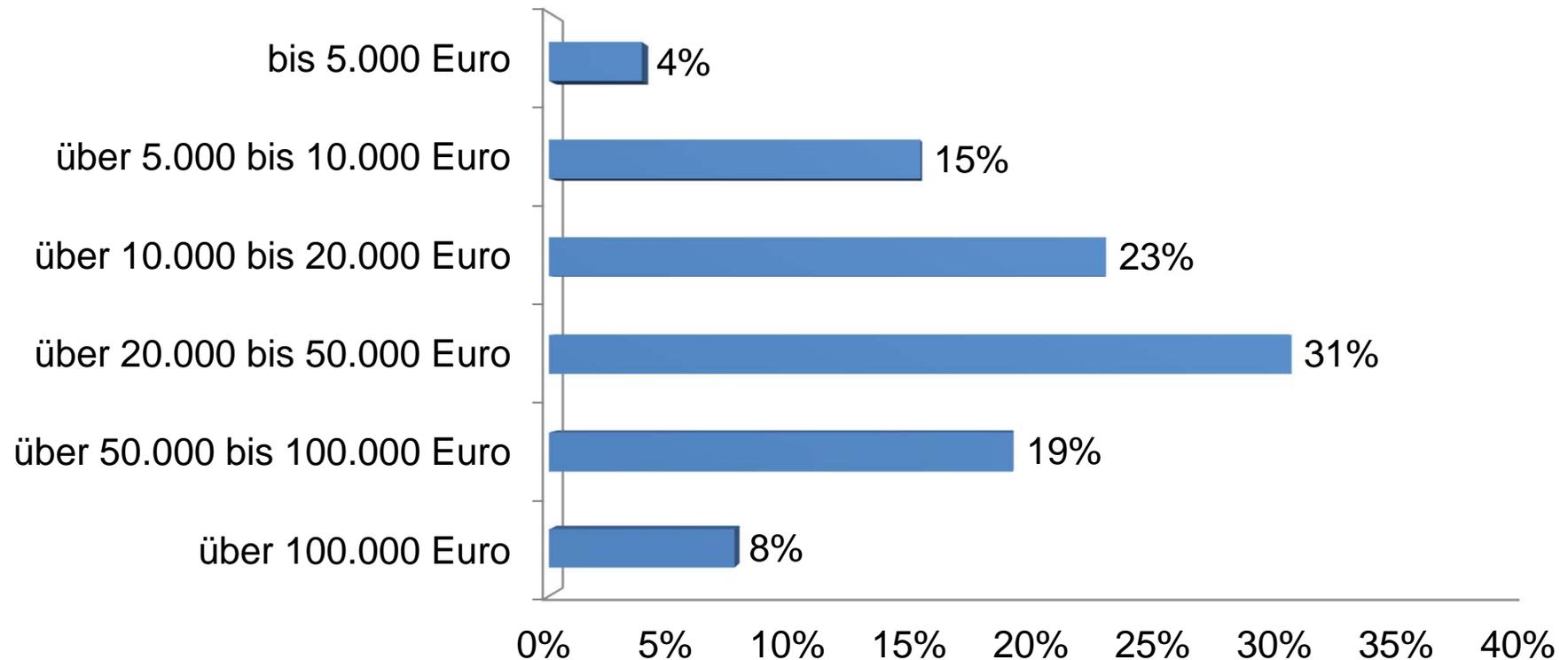
Basis: 54 = Hauskäufer/Erben

# Umgesetzte und innerhalb eines Jahrs geplante Sanierungsmaßnahmen



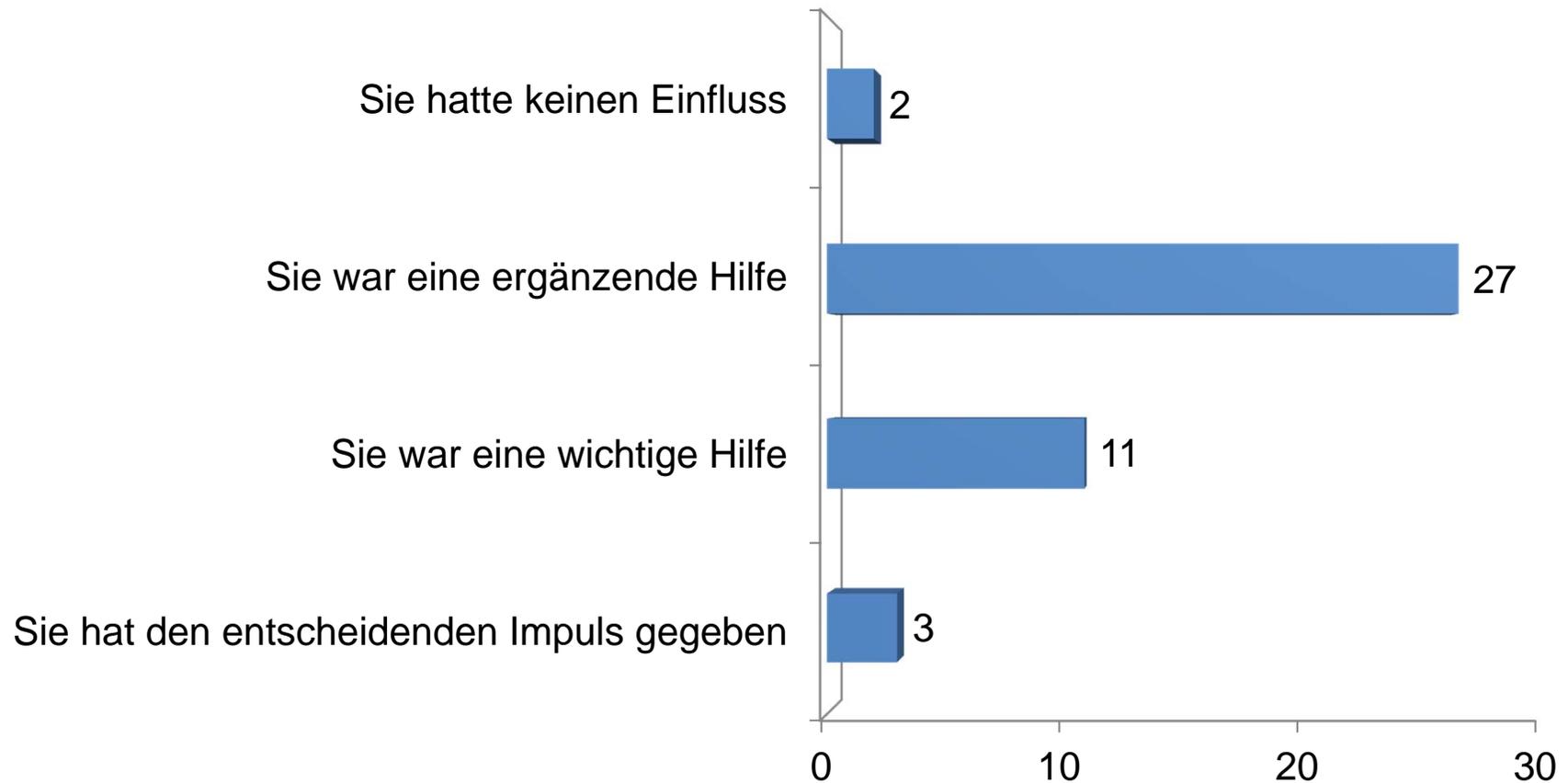
Basis: Hauskäufer/Erben, die durch Wegweiser aktiviert wurden = 43

## Summe der Investitionskosten der umgesetzten und innerhalb eines Jahres geplanten Maßnahmen



Basis: 26 = Hauskäufer/Erben, die Maßnahmen umgesetzt oder geplant haben

# Einfluss der Mappe



Basis: 43 = Hauskäufer/Erben

## Spezifische Energie- und Treibhausgaseinsparung

	Durschn. Werte vor Sanierung	Einsparung durch umgesetzte Maßnahmen	Einsparung durch kurzfristig geplante Maßnahmen	Einsparung gesamt
<b>⊗ Einsparung pro m<sup>2</sup> Wohnfläche</b>				
Endenergie [kwh/m <sup>2</sup> a]	270	45	47	64
Primärenergie [kwh/m <sup>2</sup> a]	315	65	61	88
CO <sub>2eq</sub> [kg/m <sup>2</sup> a]	77	17	14	22

- Maßnahmen führen zu Primärenergieeinsparung von knapp 30 %
- Durch Umsetzung umfassender Maßnahmen nach EnEV-Standard ließe sich Reduktion um 50 % erzielen (ohne Einsatz von EE)

# Treibhausgaseinsparung – Ergebnisse pro Mappe und Hochrechnung

	Umgesetzte Maßnahmen	Kurzfristig geplante Maßnahmen	Gesamt
<b>⊗ Einsparung pro Mappe (wenn etwas umgesetzt oder geplant)</b>			
CO <sub>2eq</sub> -Einsparung [kg/(Mappe*a)]	2.095	1.644	2.580
<b>⊗ Einsparung pro Mappe bezogen auf die gesamte Stichprobe</b>			
CO <sub>2eq</sub> -Einsparung [kg/(Mappe*a)]	815	570	1.385
<b>⊗ Einsparung pro Mappe unter Berücksichtigung des Einflussfaktors (0,54)</b>			
CO <sub>2eq</sub> -Einsparung [kg/(Mappe*a)]	440	308	748

## Hochrechnung

- 1.000 an Hauskäufer/Erben verteilte Mappen → 748 t CO<sub>2eq</sub>
- 152.380 Transaktionen pro Jahr in Deutschland → 114.000 t CO<sub>2eq</sub>

## Fazit zur Wirkung des Wegweisers Hauskauf

- Hauptsächlich wird Zielgruppe (Hauskäufer/ Erben) erreicht
- niederschwelliges Kommunikationsangebot für diese Zielgruppe
  - wichtige Informationsquelle
  - motiviert zur Auseinandersetzung mit Thema, zur Nutzung weiterer Informationsangebote und zum Dialog mit Expert/innen
- Energieberatung liefert Impulse für Auswahl sinnvoller Maßnahmen und Art und Zeitpunkt der Umsetzung
- Großer Teil der Empfänger/innen führt energetische Sanierungen durch oder plant diese
  - Darunter auch umfangreiche Dämmmaßnahmen mit hohen Investitionskosten
- Bei Zielgruppe kann knapp 30 % der Primärenergie durch umgesetzten und geplante Maßnahmen eingespart werden

**Vielen Dank für Ihre  
Aufmerksamkeit!**

julika.weiss@ioew.de  
www.ioew.de

Kommunikationsstrategie „Wegweiser Hauskauf –  
Energetisches Modernisieren zahlt sich aus“

Immanuel Stieß, Julika Weiß, Christian Dehmel, Elisa Dunkelberg,  
Michael Kunkis, Nicola Schuldt-Baumgart, Thomas Vogelpohl



Das Vorhaben wurde unter dem Förderkennzeichen 03KSF017 gefördert vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestags.