

Forschungsprojekt **GEKKO**

Gebäude, Klimaschutz und Kommunikation

Ergebnisse der Beratungskampagne

Carsten Sperling¹

INHALT

1	Einbettung des Moduls in den Forschungsrahmen	2
2	Planung und Durchführung der GEKKO-Beratungskampagne	6
3	Auswertung der eingegangenen Bewerbungen	8
3.1	Altersstruktur der Gebäude	8
3.2	Bauweise	9
3.3	Haustechnik und Energieträger	12
3.4	Bereits durchgeführte Sanierungsmaßnahmen	13
3.5	Motivation	14
4	Querauswertung der Beratungsergebnisse (Beratungsstreckbriefe)	17
5	Exkurs: Erfahrungen mit bestehenden Förderprogrammen	20
6	Evaluation der durchgeführten Beratungen – Befragung der Beratungsempfänger	22
6.1	Zufriedenheit mit der Beratung / dem Berater	22
6.2	Kommunikation über Energieberatungen in Nachbarschaft, Bekannten- und Familienkreis	26
6.3	Umsetzung von Sanierungsmaßnahmen auf Grund der Energieberatung	28
6.4	Einstellung zur energetischen Sanierung, Kenntnis der BAFA-Förderung	31
6.5	Erzielte Einspareffekte	35
7	Resümee	35
8	Literatur	37

¹ Mitarbeit: Jens Heuer, Niko Paech

1 Einbettung des Moduls in den Forschungsrahmen

Die Beratungskampagne ist eines von insgesamt acht Praxismodulen des Forschungsprojektes GEKKO („Gebäude, Klimaschutz und Kommunikation in Oldenburg“).

Ausgangspunkt der Überlegungen zur Durchführung dieser Kampagne ist die Erkenntnis, dass auf Grund der vergleichsweise geringen Zahl der tatsächlich in Anspruch genommenen Vor-Ort-Energieeinsparberatungen eine große Diskrepanz zwischen tatsächlichem Beratungsbedarf und der Beratungsnachfrage vorliegt (vgl. z.B. ifeu 2008)². Vielen Hausbesitzern scheint nicht bewusst zu sein, dass in bzw. an ihrem Gebäude rentable Potenziale der Energieeinsparung oder zur Nutzung regenerativer Energie vorhanden sind. Folglich würde allein das Vorhandensein hinreichender Beratungskapazitäten noch keine Zunahme ihrer Anwendung bedeuten. Das Problem läge demnach vielmehr in der weitgehend fehlenden Kenntnis des Beratungsangebotes, verbunden mit einer mangelnden Sensibilisierung und Motivation, Energieberatungen in Anspruch zu nehmen, d.h. überhaupt ihre Notwendigkeit zu erkennen. Erforderlich wären somit geeignete Maßnahmen, um bei Endnutzern die Kenntnis über und das Interesse an einer (sogar öffentlich geförderten) Energieberatung zu erhöhen. Nicht nur die eigentlichen Investitionen in Energieeinsparung, sondern deren unabdingbare Vorstufe, nämlich eine genaue Diagnose der Energieverbrauchssituation und möglicher Einsparmaßnahmen, benötigt also ein Marketing.

Dies wird eindrucksvoll durch ein Resultat der ebenfalls im Rahmen von GEKKO durchgeführten Adopter-Befragung (vgl. GEKKO-Basisstudie 2 sowie Endbericht zum Forschungsprojekt GEKKO, Kapitel 2.3. u.a.) gestützt. Auf die Frage nach den Hindernissen, die aus Sicht der Probanden Klimaschutzmaßnahmen entgegenstehen, entfielen auf keine Antwortoption so viele Nennungen wie auf die vorgegebene Antwort „ein Energieberater muss bezahlt werden“.

Die „kommunikative Lücke“ zwischen Beratungsbedarf und -nachfrage hat noch zwei weitere Gründe. Es fehlt zunächst an einem zielgruppenspezifisch abgestuften Mix von Beratungsangeboten, die insbesondere unterschiedliche Haustypen, Wohnsituationen, Milieus,

² Die vom Marktforschungsinstitut TNS Emnid und dem ifeu-Institut 2008 vorgelegte Studie „Evaluation der Vor-Ort-Energieberatung“ im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie belegt dies. Im Rahmen dieser Studie wurde eine repräsentative Auswahl von Energieberatern und Empfängern einer BAFA-Energieberatung sowie eine Kontrollgruppe von Hausbesitzern befragt, die energetische Sanierungsmaßnahmen durchgeführt, aber keine BAFA-Beratung in Anspruch genommen haben (weitere Informationen zur vom BAFA geförderten Vor-Ort-Energieberatung sind erhältlich unter <http://www.bafa.de/bafa/de/energie/energiesparberatung/index.html>). Aus der Kontrollgruppe gaben 75% an, das Förderprogramm des BAFA nicht zu kennen, und 53% meinten schon nach einer kurzen Erläuterung, es wäre für sie eventuell interessant gewesen, das Programm zu nutzen. Von den befragten Energieberatern gaben 84% an, dass das Förderprogramm des BAFA nicht ausreichend beworben werde (34% „nein, gar nicht“, 50% „eher nein“). Die Notwendigkeit eines gesteigerten Bekanntheitsgrades ist eine der wesentlichen Schlussfolgerungen der Studie, da „im Vorfeld der Vor-Ort-Beratung bei den Ratsuchenden häufig eine große Unklarheit herrscht, was eine Vor-Ort-Energieberatung beinhaltet und von neutraler Stelle zunächst Vertrauen für die Sinnhaftigkeit dieser Beratung aufgebaut werden muss“ (ebenda, Seite 129). Die gesamte Studie ist im Internet abrufbar unter dem folgenden Link: <http://www.ifeu.de/index.php?bereich=ene&seite=energieeinsparberatung>.

Motivkonstellationen und Informationsstände bei den Klienten berücksichtigen. Je breiter ein Beratungskonzept ausgefächert ist, desto größer sind die Chancen, dass sich ein entsprechend breites Adressatenspektrum angesprochen fühlt, so dass möglichst wenige Fälle „durch das Raster fallen“. Weiterhin sind Angebote vonnöten, die vor Ort, also im Sinne einer aufsuchenden Beratung umgesetzt werden, denn so können konkretere und verlässlichere Informationen über mögliche Einsparpotenziale für einen speziellen Fall gewonnen werden.

Eine andere Ursache für die kommunikative Lücke kann darin liegen, dass die „Unnahbarkeit“ hoch qualifizierter Berater die Endnutzer davon abhält, deren Dienste nachzufragen. Wenn Hausbesitzern jenes Minimum an Vorkenntnissen fehlt, ohne die es schwierig ist, überhaupt die „richtigen“ Fragen an einen Experten zu richten, entstehen Hemmschwellen, die eine Kontaktaufnahme erschweren können. Weiterhin droht die Gefahr, dass zwischen Experten und Laien Verständigungsprobleme auftreten: Der/die Expert/in versteht die Situation des Laien nicht; der Laie wiederum wird durch den Fachjargon des Experten überfordert.

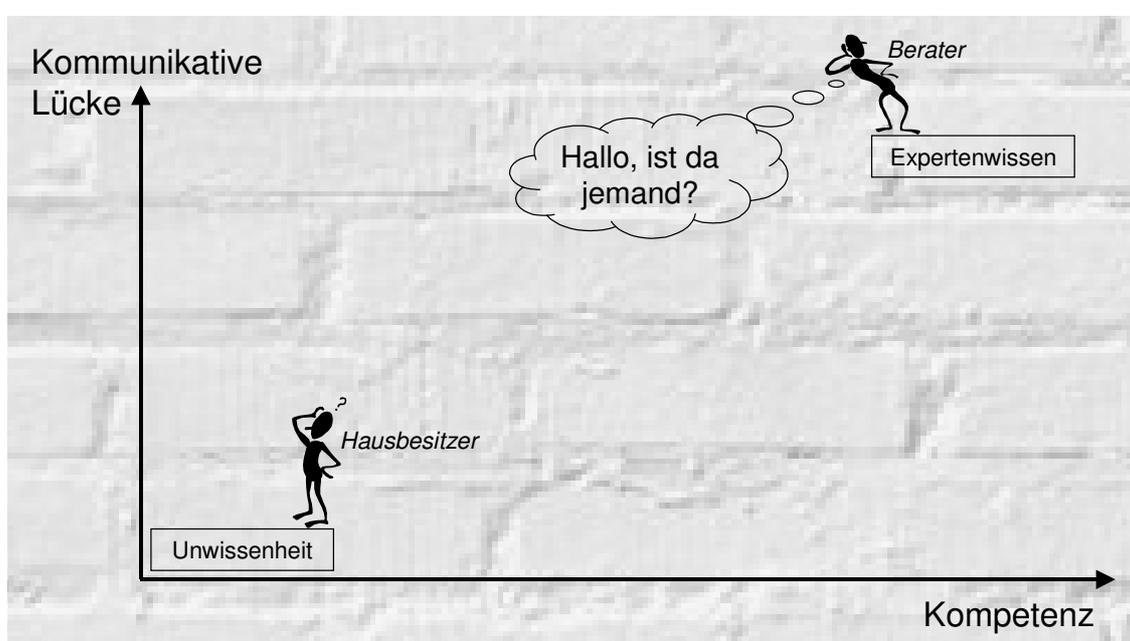


Abbildung 1: Die „kommunikative Lücke“

Daraus ergibt sich das Erfordernis von niedrighwelligen Beratungsvorstufen, die zur eigentlichen Beratung hinführen. Derartige Maßnahmen können auch als „Klientenprofessionalisierung“ (Mohe 2003) oder Impulsberatung aufgefasst werden, weil sie erstens die Einsicht in die Notwendigkeit einer ausführlichen Beratung steigern und zweitens darauf zielen, Endverbraucher in die Lage zu versetzen, aus einer Beratung möglichst hohen Nutzen, d.h. eine gute Entscheidungsgrundlage zu gewinnen. Eine lückenlose „Beratungstreppe“, die zur Schließung der Kluft zwischen Beratungsbedarf und -nachfrage führt, könnte folgende Stationen durchlaufen:

1. Sensibilisierung und Vermittlung erster Kenntnisse über den Zusammenhang zwischen Nachhaltigkeit, Klima, Energie, Bauweise, Kosten etc.
2. Reflexion der eigenen Verbrauchssituation (Energiekosten oder Umweltbewusstsein)

3. Problembewusstsein; Erwägung eines möglichen Handlungsbedarfs
 4. Niedrigschwellige Informationsangebote, um erste Kenntnisse zu verdichten und fähig zu werden, die richtigen Fragen zu stellen
 5. Entstehung eines Interesses an einer Beratung
 6. Existenz attraktiver Beratungsangebote
 7. ...
- Inanspruchnahme eines Beratungsangebots

Wenn zu viele dieser Stufen fehlen, bleibt der Prozess an zu steilen „Klippen“ hängen. Deshalb sind flache Übergänge, d.h. im Zweifelsfall ein vertikal stärker ausdifferenziertes Spektrum Vorstufen erforderlich.

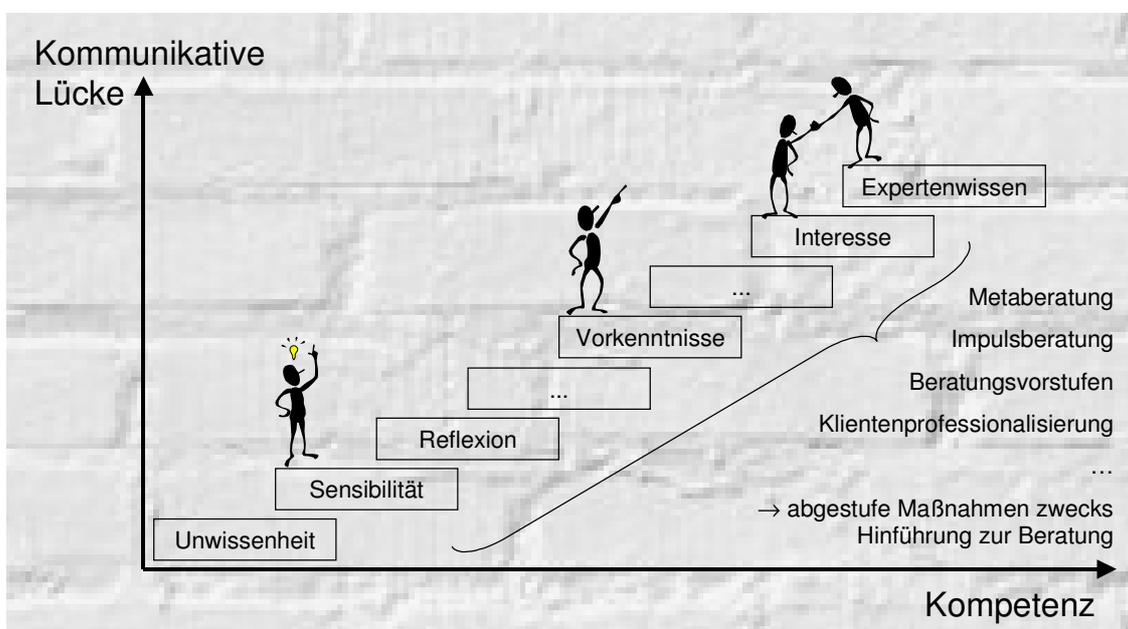


Abbildung 2: Schließung der kommunikativen Lücke

Wenn die im Rahmen eines derartigen Vermittlungsprozesses innerhalb einer Kommune insgesamt in Anspruch genommenen Beratungsleistungen – inklusive der dort hinführenden Elemente entlang der Beratungstreppe – eine kritische Masse erreichen, steigt deren Sichtbarkeit. Dies kann zu positiven Rückkoppelungen führen: Der ausgedehnte Beratungsmarkt wird wahrgenommen, erzeugt Interesse oder auch Irritation in dem Sinne, die eigene Energieverbrauchssituation neuerdings zu hinterfragen. Dies kann dazu führen, dass die weitere Nachfrage nach Beratungen ansteigt. Damit ergibt sich die Möglichkeit einer Eigendynamik (Selbstläufereffekt durch Erreichen einer kritischen Masse).

Die Auswertung der Nutzerbefragungen im Rahmen der zweiten Basisstudie hat unter anderem zu folgenden Befunden geführt, die den theoretischen Hintergrund der Beratungskampagne bilden:

1. Eine vorherige Energieberatung reduziert Informationsdefizite und damit das Risiko einer sich im Nachhinein als unrentabel oder nicht funktionsfähig erweisenden Investition. Daraus könnte sich – unter der Annahme, dass Informationsdefizite eine oder sogar die entscheidende Diffusionshürde darstellen – der Zusammenhang ergeben, dass ein hoher Anteil zuvor beratener Hausbesitzer tatsächlich konkrete Einsparmaßnahmen ergreift. Diese Annahme wird gestützt durch die ifeu-/Emnid-Studie „Evaluation des Förderprogramms Energieeinsparberatung vor Ort“, welche ergeben hat, dass 95% der Beratungsempfänger 2005 nach der Vor-Ort-Energieberatung energetische Sanierungsmaßnahmen an Ihrem Gebäude durchgeführt haben (vgl. ifeu 2008: Seite 9).
2. Gebäudenutzer, die ohne professionelle Beratung Sanierungsschritte ausführen (lassen), erleben möglicherweise aufgrund nicht optimaler Maßnahmenpakete oder Ausführungen Enttäuschungen, die, sofern sie kommuniziert werden, andere Adopter skeptisch stimmen und damit den Diffusionsprozess hemmen.
3. Im Fokus des Projektes GEKKO steht die Diffusion von Dienstleistungen und Produkten zur energetischen Gebäudesanierung in den Markt. Es bietet sich an, diesen Betrachtungsrahmen um die Diffusion der Vor-Ort-Energieeinsparberatung in den Markt (als eine entscheidende Vorstufe der Sanierung) zu ergänzen. Für den Forschungsrahmen würde daraus folgen, den individuellen Adoptionsprozess um die Inanspruchnahme einer Vor-Ort-Energieeinsparberatung zu erweitern. Alternativ dazu wäre die Option zu prüfen, zunächst zwei isolierte Diffusionsprozesse zu modellieren, allerdings dann deren Zusammenwirken im Sinne positiver Rückkoppelungen zu untersuchen.
4. Ausführliche Vor-Ort-Beratungen als Scharnierfunktion für den Einstieg in konkrete Maßnahmen lassen sich im Sinne eines symbolischen Interaktionismus dadurch verbreiten, dass konkrete Beratungsfälle, insbesondere deren Ergebnisse, die betreffenden Gebäude und deren Nutzer bekannt oder medial inszeniert werden. Dies kann über die örtlichen Massenmedien (Fernsehen und Zeitung) erfolgen. Weiterhin kann die Aufmerksamkeit durch eine öffentlichkeitswirksame Durchführung kostenloser vergebener Beratungen gesteigert werden. Die Evaluation dieser kostenlosen Vor-Ort-Beratungen führt außerdem zu weiteren Erkenntnissen über einen bislang nicht näher untersuchten Kreis potenzieller Adopter, da sich in der Gruppe der Beratenen vermutlich auch Personen befinden, die eine kostenpflichtige Vor-Ort-Beratung nicht in Anspruch genommen hätten.

Die im Folgenden dokumentierte Beratungskampagne knüpft unmittelbar an den letztgenannten Befund an. Bezogen auf die in Abbildung 2 dargestellten Stufen der Kompetenzvermittlung ist die Kampagne inklusive der öffentlichkeitswirksamen Darstellung im „oberen Bereich“ (Stufen 3-7) zu verorten.

2 Planung und Durchführung der GEKKO-Beratungskampagne

In vier zeitlich getrennten Aktionen sind jeweils fünf professionelle, aus dem Etat des Forschungsprojektes finanzierte Vor-Ort-Beratungen ausgeschrieben worden, für die sich Oldenburger Hausbesitzer/innen bewerben konnten. In der vierten Beratungsstaffel wurde eine sechste Beratung durch den Praxispartner KoBE finanziert, weil ein bestimmter für die Siedlungsstruktur Oldenburgs charakteristischer Haustyp bis dato nicht erfasst worden war. Der Fokus lag auf dem selbstgenutzten Wohneigentum.

Die Inanspruchnahme dieses Angebots war daran gekoppelt, im Rahmen des Forschungsprojektes als „Testhaushalt“ zu fungieren. Die ausgewählten insgesamt 21 Haushalte erhielten für Ihre Teilnahme neben der kostenfreien Beratungsleistung auch einen Gebäudeenergiepass. Insgesamt spiegeln die 21 Beratungsfälle den Oldenburger Bestand an Ein- und Zweifamilienhäusern bis zur Gegenwart wider.

Die Vor-Ort-Beratungen wurden nicht nur in Form ausführlicher Beratungsberichte dokumentiert, sondern auch durch verschiedene Medien exemplarisch begleitet mit dem Ziel, die Vorteile einer Inanspruchnahme von (öffentlich geförderten) Vor-Ort-Beratungen (dies betrifft v.a. die sog. BAFA-Beratungen) einer breiten Öffentlichkeit vorzustellen. Die Auswahl der „Testhaushalte“ erfolgte durch ein Expertengremium, bestehend aus erfahrenen Energieberatern und Architekten des Praxispartners KoBE.

Flankierend zur Beratungskampagne fanden fünf moderierte Expertenworkshops statt. Im ersten Workshop wurden die von den Bewerbern abzufragenden Daten (Teilnahmecoupon, Anlage 1) festgelegt. Die übrigen Workshops dienten der Auswahl der einzelnen Beratungsfälle bzw. der Gebäude, die für eine exemplarische Vor-Ort-Energieberatung mit anschließender Veröffentlichung der Ergebnisse besonders geeignet erschienen.

Datum	Aufgabe des Workshops
Feb. 2007	Festlegung Auswahlkriterien und Entwicklung des Teilnahmecoupons
Mai 2007	Auswahl der fünf Beratungsempfänger der 1. Staffel
Okt 2007	Auswahl der fünf Beratungsempfänger der 2. Staffel
Juni 2008	Auswahl der fünf Beratungsempfänger der 3. Staffel
April 2009	Auswahl der sechs Beratungsempfänger der 4. Staffel

Tabelle 1: Workshops im Rahmen der GEKKO-Beratungskampagne

Im Teilnahmecoupon wurden wesentliche Angaben zum Gebäude abgefragt mit dem Ziel, sich bei Auswahl und Beratung auf für den Oldenburger Gebäudebestand weitgehend repräsentative Objekte zu konzentrieren, damit die Dokumentation der Beratungsergebnisse sinnvoll als Kommunikationsinstrument nutzbar ist. Durch die veröffentlichten Beratungsergebnisse in Form kurzer „Steckbriefe“ auf der GEKKO-Webseite sollen sich insbesondere Personen angesprochen fühlen, die zwar nicht an der Kampagne teilgenommen haben (oder keinen Zuschlag für eine kostenlose Beratung erhalten haben), jedoch ein ähnliches Haus bewohnen. Hierzu und zur Unterstützung der Jury-Entscheidung wurde für die Bewerbung zusätzlich zum Coupon die Einreichung eines Gebäudefotos verlangt.

Im Einzelnen wurden abgefragt:

- das Baujahr,
- die Nutzung des Wohnhauses,
- die Anzahl der Bewohner,
- Angaben zum eventuell bestehenden Denkmalschutz,
- die beheizte und unbeheizte Wohnfläche,
- die Anzahl der Wohnungen im Objekt,
- die Verfügbarkeit von Bauzeichnungen,
- der Energieverbrauch für die Abrechnungsperioden 2004, 2005 und 2006,
- Angaben zur Bauweise des Hauses und der Haustechnik,
- Angaben zu eventuell bereits durchgeführten energetischen Sanierungsmaßnahmen,
- die Bereitschaft zur Dokumentation der Beratung in lokalen Medien (zusätzlich zur wissenschaftlichen Dokumentation, die vorausgesetzt wurde),
- die Motivation für die Bewerbung
- sowie persönliche Angaben.

Der Start der ersten Runde der Beratungskampagne im Frühjahr 2007 erfolgte anlässlich der in Oldenburg jährlich stattfindenden Bau- und Handwerksmesse „NordHaus“. Dieses medien- und publikumswirksame Ereignis stellte eine ideale Plattform für die Auftaktveranstaltung dar, die am 24. März 2007 in Verbindung mit zwei adressatengerechten Einführungsvorträgen zum Thema „Vor-Ort-Beratung“ stattfand. Als Medienpartner konnte die Oldenburger Nordwestzeitung“ (NWZ) gewonnen werden. Dort sowie im Verbraucher magazin KoBE-TV des Lokalsenders „oldenburg eins“ (oeins) wurde immer wieder über die Kampagne berichtet. Der im ersten Expertenworkshop entwickelte Teilnahmecoupon stand während der Kampagnenphasen als Download auf der GEKKO-Homepage zur Verfügung und lag in Papierform in der Geschäftsstelle der NWZ aus.

Die vier Bewerbungszeiträume waren März/April 2007, September 2007, April 2008 sowie Februar/März 2009. Die Bewerbungen konnten per E-Mail an GEKKO gesandt oder in der Geschäftsstelle des Medienpartners NWZ eingereicht werden. Insgesamt haben 176 Oldenburger Haushalte sich um eine der insgesamt 21 ausgelobten Vor-Ort-Energieberatungen beworben.

Der Rücklauf von 176 Teilnahmebögen wird sowohl von den beteiligten Experten als auch vom Medienpartner als Erfolg gewertet, zumal die abgefragten Daten sowie die gestellten Anforderungen an die Bewerberinnen und Bewerber (Verfügbarkeit von Bauzeichnungen und Energieverbrauchswerten sowie die Bereitschaft, die Beratung dokumentieren zu lassen) eine nicht zu unterschätzende Hürde für die Teilnahme darstellten. Ferner wurden ausschließlich Oldenburger Gebäude (inklusive einiger unmittelbar ans Stadtgebiet angrenzender Gebäude, welche noch im Bereich der Oldenburger Telefon-Vorwahl 0441 liegen) zugelassen. Auch Hausbesitzer, die zuvor schon eine sog. BAFA-Energieberatung (s.o.) in Anspruch genommen hatten, waren von der Teilnahme ausgeschlossen.

3 Auswertung der eingegangenen Bewerbungen

Durch die im Bewerbungscoupon abgefragten Daten lassen sich vorsichtige Rückschlüsse auf folgende Merkmale ziehen: Bauweise der Häuser, Haustechnik und eingesetzte Energieträger, bereits durchgeführte Sanierungsmaßnahmen sowie die Motivation für die Bewerbung um eine Energieberatung.

3.1 Altersstruktur der Gebäude

Entsprechend der Oldenburger Siedlungsentwicklung und der daraus resultierenden Struktur des Gebäudebestandes sind fünf Cluster zur Einteilung der Wohnobjekte gebildet worden. Sie berücksichtigen baurechtliche (Wärmeschutz-/ Energieeinsparverordnung) sowie architektonische Besonderheiten. Diese Vorgehensweise zielt auf strukturelle Gemeinsamkeiten der innerhalb der im Cluster enthaltenen Objekte³. Abbildung 3 zeigt die Verteilung der eingegangenen Bewerbungen nach Clustern.

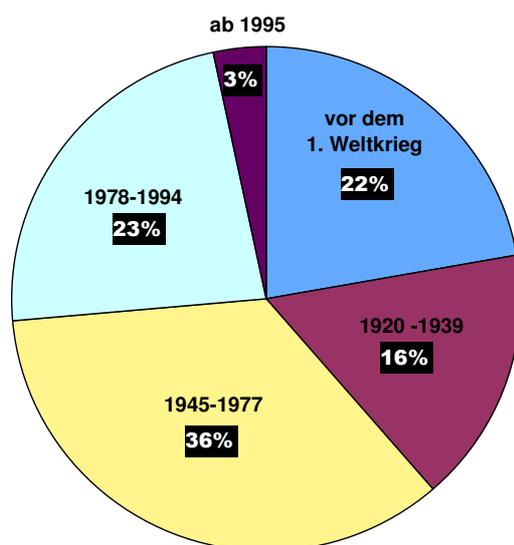


Abbildung 3: Verteilung der Gebäude aus den Bewerbungen auf die Cluster

Die vor dem zweiten Weltkrieg errichteten Gebäude wurden in zwei Cluster (vor dem ersten Weltkrieg; „Zwischenkriegszeit“) aufgeteilt. Insgesamt finden sich hier fast 40% der eingegangenen Bewerbungen. Die hohe Zahl dürfte daraus resultieren, dass Oldenburg während des zweiten Weltkriegs weitgehend von Zerstörungen verschont geblieben ist⁴.

³ Die Festlegung der einzelnen Cluster erfolgte im Rahmen eines Experten-Workshops (11.4.2007) nach einer Sichtung des Rücklaufs aus der ersten Kampagnenphase.

⁴ Gebäude, die in den Kriegsjahren (1914-1918 und 1939-1945) errichtet wurden, sind in den Bewerbungen nicht vertreten gewesen.

Der Grund für die relativ lange Zeitspanne, die vom dritten Cluster abgedeckt wird und die damit hohe Zahl an Bewerbungen (36%) ist mit den ähnlichen energetischen Standards zu begründen. Erst das Inkrafttreten der ersten Wärmeschutzverordnung (WärmeschutzV – Verordnung über einen energiesparenden Wärmeschutz bei Gebäuden) Ende 1977 führte zu Verbesserungen. Unter den Bewerbungen befinden sich Objekte der Baujahre 1950 bis 1977.

Die Gebäude der Cluster 1-3 sind in Oldenburg besonders relevant. Der Anteil der vor Inkrafttreten der 1. Wärmeschutzverordnung im Jahr 1978 gebauten Einfamilienhäuser am Gesamtbestand der Ein- und Zweifamilienhäuser in Oldenburg liegt bei über 60%, rund 54% sind vor 1971 (Beginn der statistischen Auswertung) errichtet worden. Dies ist umso bedeutender, als die Hälfte aller Wohnungen in Oldenburg auf die Gruppe der Ein- und Zweifamilienhäuser entfällt. Am gesamten Oldenburger Wohngebäudebestand machten die Ein- und Zweifamilienhäuser im Jahr 2007 sogar 83% aus⁵. Der größte Teil aller Wohngebäude, die vor 1975 errichtet wurden – in Oldenburg sind das rund 40.000 – muss in energetischer Hinsicht als sanierungsbedürftig bezeichnet werden⁶.

Der Beginn des vom vierten Cluster erfassten Zeitintervalls entspricht dem Inkrafttreten der dritten Wärmeschutzverordnung, mit der die Anforderungen an den baulichen Wärmeschutz deutlich angehoben worden sind. Zielwert war eine Energieeinsparung von 30% im Vergleich zum zuvor geltenden Standard. Während sich die vorhergehenden Verordnungen ausschließlich auf den Transmissionswärmeverlust der Außenbauteile anhand von Wärmedurchgangskoeffizienten (der so genannte k-Wert) bezogen, wurde es ab 1995 für nötig befunden, die komplette Energiebilanz eines Gebäudes unter Einbeziehung der Lüftungswärmeverluste zu erstellen und einen Jahresheizenergiebedarf zu berechnen. Gleichzeitig wurden durch die dritte Wärmeschutzverordnung erstmals Kriterien für einen Niedrigenergiehausstandard benannt. Knapp ein Viertel der in den Bewerbungen vertretenen Gebäude wurden in diesem Zeitraum errichtet.

Der letzte Cluster erwies sich aus Sicht der Experten als vergleichsweise irrelevant, was sich auch durch den geringen Rücklauf bestätigte. Wenngleich die seit Februar 2002 gültige Energieeinsparverordnung (EnEV) neue Standards zum baulichen Wärmeschutz markiert, wurde aufgrund des vernachlässigbaren Rücklaufs davon abgesehen, den fünften Cluster weiter zu differenzieren.

3.2 Bauweise

Die folgende Auswertung bedarf der Einschränkung, dass Rückschlüsse auf den grundsätzlichen Sanierungsbedarf der Oldenburger Gebäudesubstanz insoweit einer Verzerrung

⁵ Quelle: Mündliche Auskunft der Niedersächsischen Landestreuhandstelle auf der Zahlenbasis des Niedersächsischen Landesamtes für Statistik sowie Statistisches Jahrbuch 2008 der Stadt Oldenburg, Tabelle 0401.

⁶ Quelle: Website der Stadt Oldenburg (<http://www.oldenburg.de/stadtol/index.php?id=2477#c15341>, Abruf am 29.4.2009, 16.00).

unterliegen, als der Rücklauf lediglich die von den Gebäudenutzern selbst mitgeteilten Daten reflektiert.

In Bezug auf die Bauweise ergeben sich folgende Auffälligkeiten (siehe Abbildung 4). Es überwiegt die Massivhausbauweise mit zweischaligem Mauerwerk deutlich vor dem einschaligen Mauerwerk. Unter allen Bewerbungen befanden sich nur zwei Fertighäuser, bei fünf Bewerbern fehlten diesbezügliche Angaben. In sieben Fällen wurden die Charakteristika „einschalig“ *und* „zweischalig“ angekreuzt, so dass sich die Zahl der Gebäude mit ausschließlich einschaligem Mauerwerk auf 22 reduzierte.

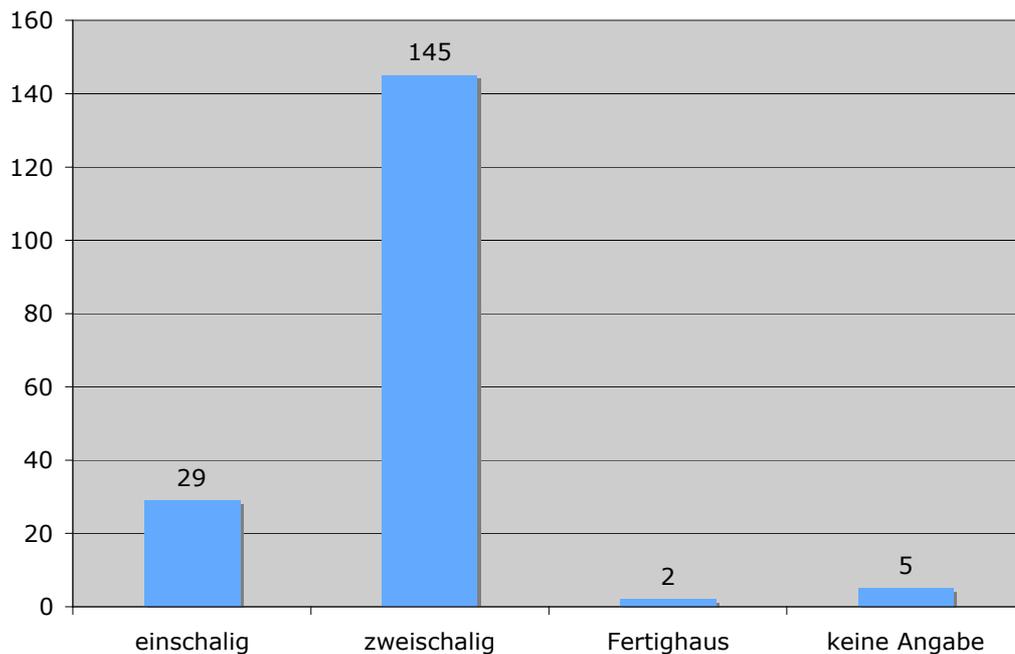


Abbildung 4: Angaben zur Bauweise

Bezüglich der weiteren Angaben zur Bauweise ist folgendes festzustellen: In fast allen Fällen ist eine Isolierverglasung vorhanden, wobei Mehrfachnennungen hier besonders oft auftraten.

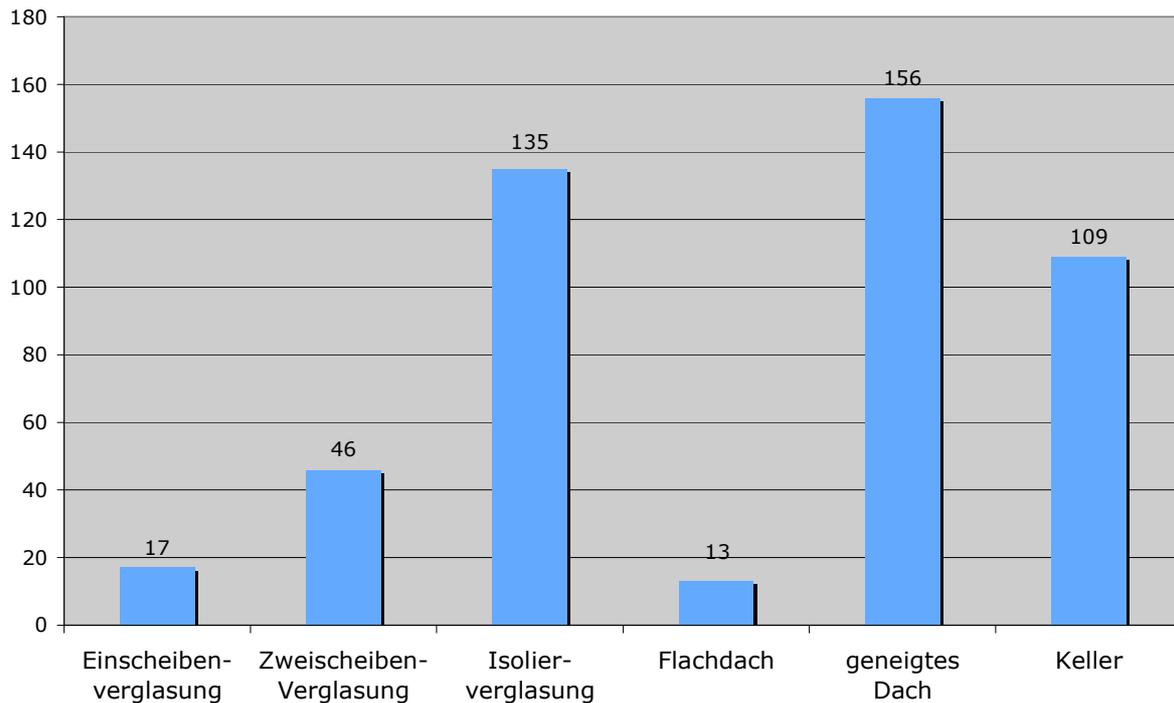


Abbildung 5: Weitere Angaben zur Bauweise (Fenster, Dach, Keller)

Nur zwei der erfassten Gebäude weisen eine Einfachverglasungen auf; ansonsten fielen diesbezüglich Doppelnennungen an, d.h. lediglich einzelne Räume, beispielsweise im Dachgeschoss, weisen in diesen Häusern eine Einfachverglasung auf. Doppelnennungen sind auch bei Gebäuden mit Zweifachverglasung relevant, allerdings sind hier nur bei 19 von insgesamt 46 Nennungen zusätzlich effizientere Fenster vorhanden. Sechs Bewerbungen enthielten keine Angaben zur Verglasung.

Die große Zahl der Mehrfachnennungen zeigt, dass in vielen Häusern eine (Teil-) Sanierung der Fenster bereits erfolgt ist. Ein Großteil der Wohnräume ist – bis auf die erwähnten Ausnahmen – mit Fenstern ausgestattet, die eine Isolierverglasung besitzen. Diese Beobachtungen befinden sich in Übereinstimmung mit den Angaben zu bereits durchgeführten energetischen Sanierungsmaßnahmen, die hauptsächlich Heizungen und Fenster umfassen.

Die mit Abstand am häufigsten auftretende Dachform ist das geneigte Dach. Nur in 13 Fällen wurde „Flachdach“ angekreuzt. Da auch hier acht Doppelnennungen auftraten (Mischformen mit unterschiedlichen Überdachungsformen), ergibt sich eine Anzahl von nur fünf reinen Flachdachbungalows. 15 Bewerber/innen machten keine Angaben zur Dachform.

Immerhin 110 der 178 Häuser sind gemäß Bewerbungsunterlage zumindest teilweise unterkellert, was in Hinblick auf Sanierungspotentiale und die Vor-Ort-Beratung von Relevanz ist.

3.3 Haustechnik und Energieträger

Erdgas erweist sich als dominanter Primärenergieträger; nur sechs von 176 Bewerbern gaben ausschließlich andere Energieträger an, in vier Fällen wurde kein Energieträger genannt.

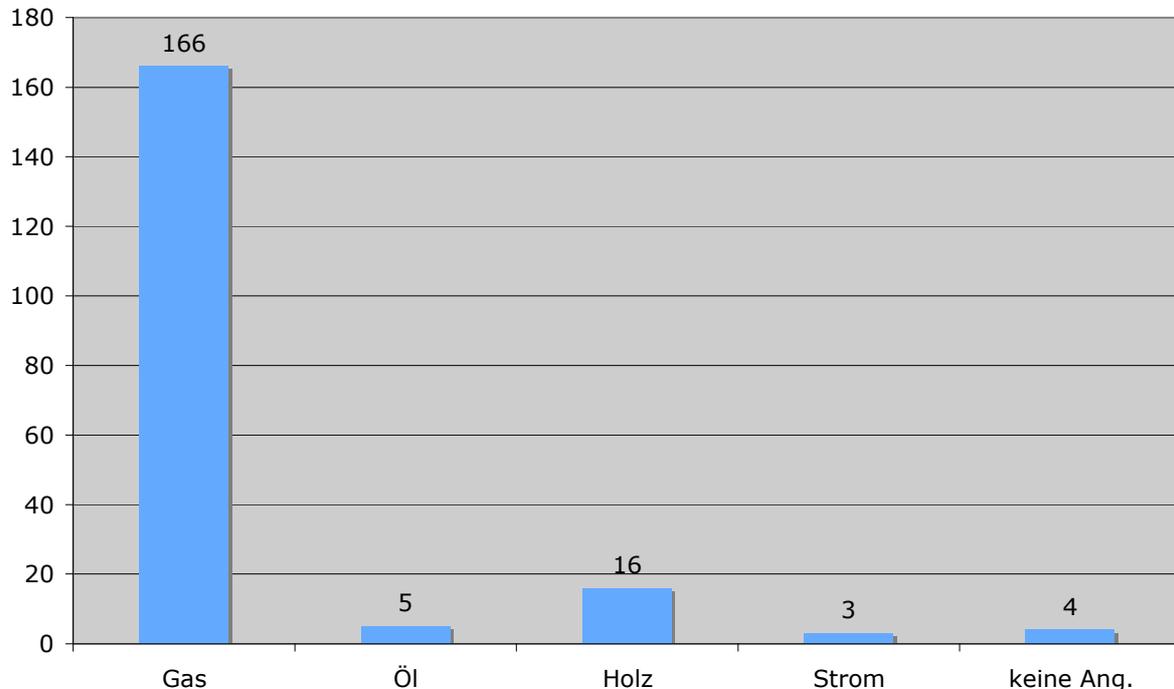


Abbildung 6: Energieträger

Die zweithäufigste Nennung entfiel – mit sehr deutlichem Abstand – auf Holz, wobei auch hier Mehrfachnennungen auftraten. Bewerber, die Holz als Energieträger verwenden, nutzen demnach ebenfalls Erdgas oder (in zwei Fällen) Öl. Holz wird also nahezu ausschließlich additiv eingesetzt, beispielsweise für Kaminöfen. Lediglich einmal wurde eine Pelletheizung genannt. Strom- und Ölheizungen haben nur eine marginale Bedeutung.

Unter den genannten Heizungssystemen dominiert die Zentralheizung; Ofen- und Etagenheizungen spielen nur eine sehr untergeordnete Rolle. Lediglich in neun Fällen sind ausschließlich Ofen- oder Etagenheizungen in Betrieb, ansonsten handelt es sich um Mehrfachnennungen. Immerhin 15 Bewerber haben keine Angaben zum Heizungssystem gemacht bzw. machen können.

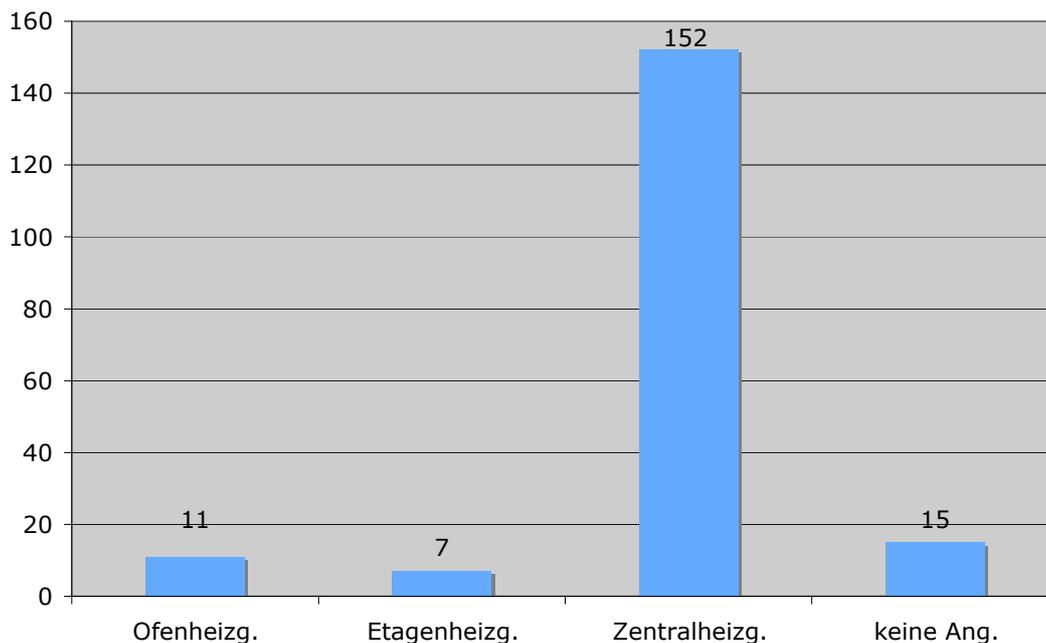


Abbildung 7: Heizungstechnik

Das Vorhandensein von Solarthermie- und Photovoltaikanlagen wurde nicht explizit abgefragt; vier Bewerber haben jedoch ergänzend angegeben, dass eine solche Anlage vorhanden ist.

3.4 Bereits durchgeführte Sanierungsmaßnahmen

Die Angaben zu bereits erfolgten Sanierungen sind im Vergleich zu den vorhergehenden Darstellungen mit noch größerer Vorsicht zu betrachten. Dies liegt an der Interpretationsbreite des Begriffs „Energetische Sanierung“ durch die Bewerber. Die Frage lautete explizit: „Wurden schon energetische Sanierungsmaßnahmen durchgeführt (ja/nein)? Wenn ja, welche (vgl. Abbildung 8)?“ Dadurch ist die Nennung von Modernisierungsmaßnahmen, die nicht in erster Linie dem Zweck der Energieeinsparung, sondern v.a. dem Ersatz nicht mehr funktionsfähiger Komponenten dienen, der subjektiven Beurteilung der Bewerber anheimgestellt. So haben stichprobenartige Rückfragen ergeben, dass in mehreren Fällen die alte Heizungsanlage bereits durch eine neue ausgetauscht worden war, obwohl dieser Punkt nicht angekreuzt wurde. Andererseits ist aufgrund der diesbezüglichen Datumsangaben davon auszugehen, dass es sich bei einem Teil der genannten Sanierungen um reine Reparatur- bzw. Modernisierungsmaßnahmen ohne relevanten energetischen Effekt gehandelt haben dürfte.

Unter Berücksichtigung dieser Einschränkung ergibt sich folgendes Bild: Die bereits erfolgten Sanierungen der erfassten Objekte erstrecken sich nach Angaben der Bewerber hauptsächlich auf die Heizungsanlage und die Fenster. Ansonsten entfielen 33 Nennungen auf das Thema Dachsanierungen.

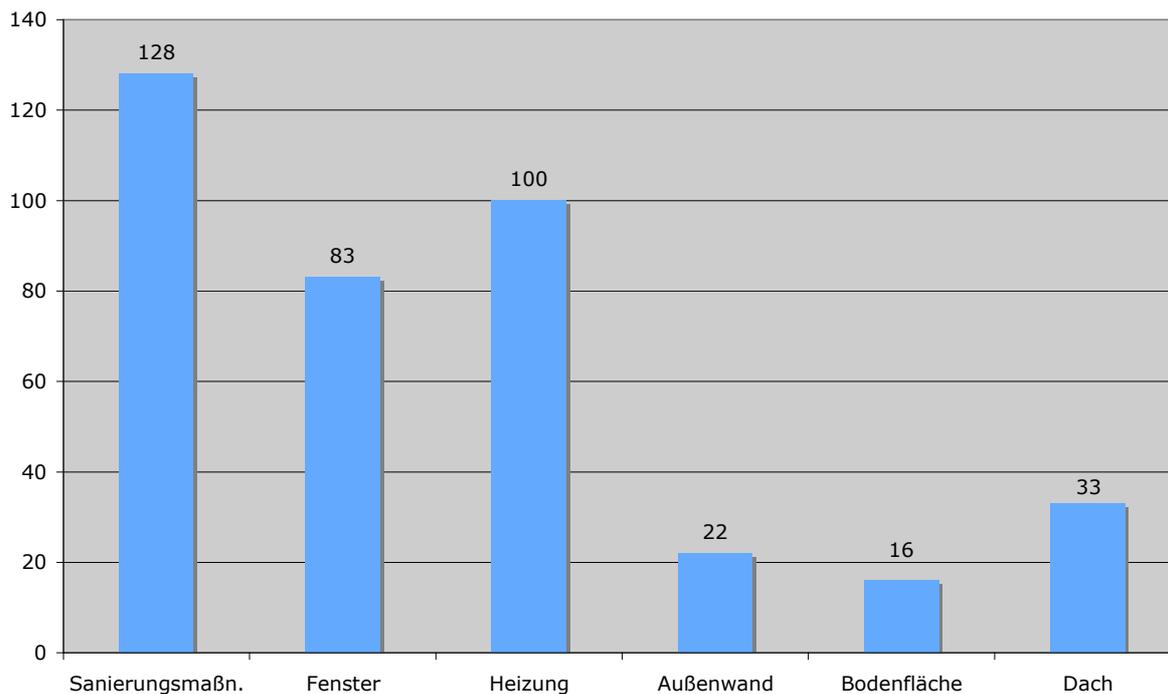


Abbildung 8: Bereits durchgeführte energetische Sanierungsmaßnahmen

An Fassaden und Bodenflächen sind nach Angabe der Bewerber seltener Sanierungsmaßnahmen durchgeführt worden. Auf die Sanierung der Außenwand entfielen lediglich 22, auf die der Bodenfläche 16 Nennungen.

3.5 Motivation

Die Motivation zur Teilnahme an der Kampagne wurde mit einer offenen Frage („Was ist Ihre Motivation, sich um eine Energieberatung zu bewerben?“) untersucht. Die Nennungen wurden zu acht Motivkategorien verdichtet.

Die herausdestillierten Motivkategorien lauten:

1. Erreichung von Energie- bzw. Energiekosteneinsparungen
2. Beitrag zum Umwelt- und Klimaschutz
3. Erfüllung rechtlicher Anforderungen (Energiepass)
4. Gewinnung notwendiger Informationen, Befriedigung des Beratungsbedarfes
5. Probleme im Hinblick auf Gesundheit, Wohnqualität, Raumklima oder Wohnkomfort
6. Kopplung mit einer ohnehin anstehenden Nutzungsänderung, mit dem Erwerb bzw. Verkauf
7. Kopplung mit einem bereits festgestellten Erneuerungs- bzw. Sanierungsbedarf und/oder mit geplanten energetischen Sanierungsmaßnahmen
8. Sicherung oder Steigerung des Immobilienwertes, „Investition in die Zukunft“

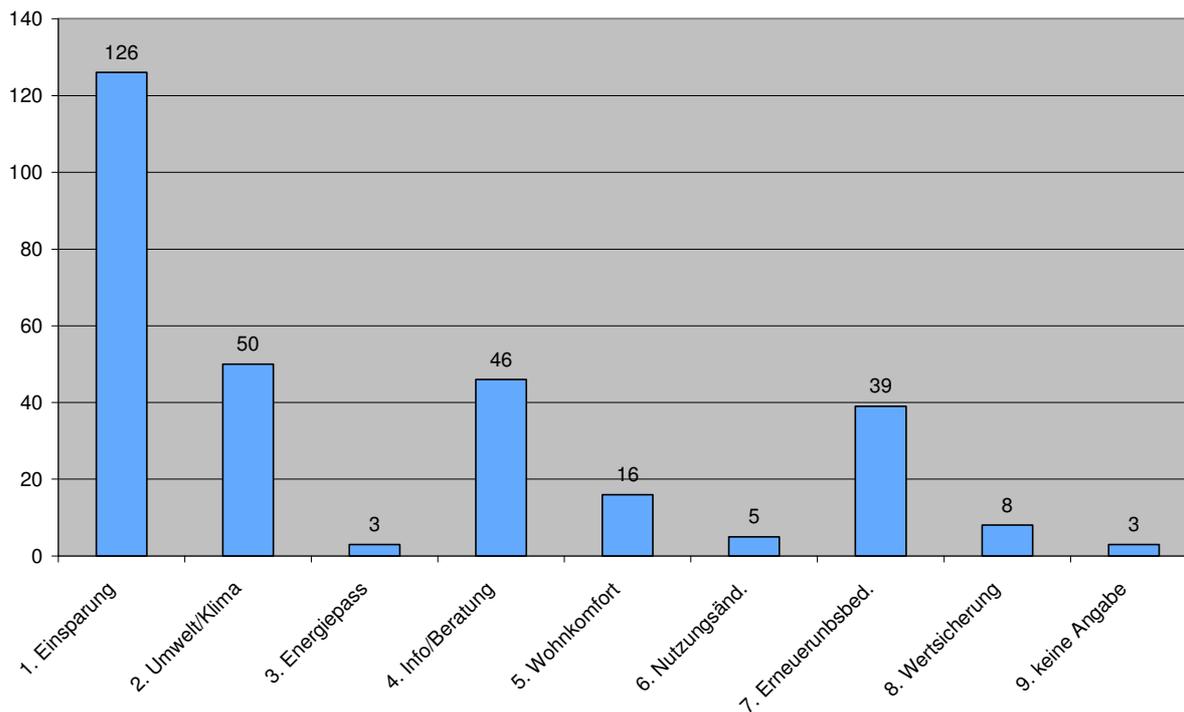


Abbildung 9: Motive für die Bewerbung um eine Energieberatung

Das am häufigsten genannte Motiv ist die Energie- bzw. Energiekosteneinsparung. Eine Differenzierung zwischen dem rein monetären und einem genuin umweltrelevanten Aspekt bei diesem Motiv dürfte sich als kaum belastbar erweisen, zumal hier eine Motivallianz wahrscheinlich ist. Das Motiv der Energieeinsparung dürfte allerdings primär ökonomisch motiviert sein, es spiegelt zudem die aktuelle Energiepreisdiskussion während der Laufzeit der Kampagne wider. Aber der umweltrelevante Aspekt erscheint in einer Mehrzahl der Nennungen ebenfalls, möglicherweise als Zusatznutzen.

Die Option der Mehrfachnennung erlaubt eine Identifikation von Motivallianzen, wie sich insbesondere anhand einer genaueren Betrachtung der Ausprägungen „Umwelt- und Klimaschutz“ und „Energie(kosten)einsparung“ in dieser Untersuchung ersehen lässt. Das Antwortspektrum zeigt deutlich, dass Energiekosteneinsparung und Umweltschutz häufig in einem Zuge genannt werden ($n=46$). Dies kann als ein Anzeichen dafür gewertet werden, dass das Umweltverhalten der Teilnehmerinnen und Teilnehmer mit dem unmittelbar erfahrbaren ökonomischen Argument der Energiekosteneinsparung eng verknüpft ist. Das Motiv des Umwelt- und Klimaschutzes ist insgesamt nur in vier Fällen nicht im Zusammenhang mit dem Motiv des Energieeinsparens genannt worden (zweimal als Einzelnennung und zweimal in Verbindung mit der Flankierung des bereits festgestellten Erneuerungs-/Sanierungsbedarfes)

Dem Motiv der Energie(kosten)einsparung folgen die Motive des Umwelt- und Klimaschutzes und des Informations-/Beratungsbedarfes an zweiter und dritter Stelle mit deutlichem Abstand. Der Bedarf an Beratungs- und Informationsleistungen ist dabei zurückzuführen auf allgemeine Informationsdefizite im Bereich des nachhaltigen Sanierens, aber auch auf das explizit immer wieder genannte Bedürfnis nach einer fachkundigen *und unabhängigen* Beratung. Interessant ist hier die hohe Anzahl von Nennungen ($n=29$) ohne konkretisierende

Angabe möglicher Probleme oder eines bereits erkannten Handlungsbedarfes (vgl. Motive 5-7).

Allerdings sind bei einer nicht unerheblichen Zahl von Teilnehmerinnen und Teilnehmern energetische Sanierungsmaßnahmen ganz offensichtlich beabsichtigt oder es wurde zumindest ein Handlungsbedarf erkannt. 39 Bewerber führen dies als Grund für ihre Teilnahme auf; allerdings geben nur 16 davon explizit an, dass sie einen besonderen Informations- bzw. Beratungsbedarf (z.B. hinsichtlich der effizientesten Maßnahmen) haben. Implizit kann dies allerdings vermutet werden, da die Vor-Ort-Energieberatung ja gerade auf diesen Punkt abzielt.

Gesundheit und Wohnqualität werden erstaunlich selten als Teilnahmemotiv genannt. Das Spektrum der hierunter zu subsumierende Teilaspekte reicht von Unbehaglichkeit im Winter, Zugluft, Stockflecken, Schimmel, sommerlicher Wärmeschutz bis hin zum Raumklima. Auch hier wird der Beratungsbedarf nur sehr selten explizit benannt (in vier der insgesamt 16 Nennungen).

Die Wertsicherung des Gebäudes wurde nur acht Mal als Motiv genannt. Nur fünf Nennungen entfielen auf eine Nutzungsänderung (incl. Kauf/Verkauf) als Anlass der Bewerbung. Die Ausstellung eines Gebäudeenergiepasses wurde nur in 3 Fällen als Beweggrund genannt.

4 Querauswertung der Beratungsergebnisse (Beratungssteckbriefe)

Die GEKKO-Energieberatungen wurden in erster Linie durchgeführt, um ihre Wirksamkeit als Kommunikationsinstrument zu testen. Aufgrund der begrenzten Anzahl an Beratungen geben sie allenfalls vage Hinweise auf den in der Stadt Oldenburg konstatierten Sanierungsbedarf (dieser ist im Rahmen von Studien bereits belegt, vgl. z.B. Steinberger-Wilckens/Westkämper 2000). Dennoch erscheint ein Blick auf die Beratungsergebnisse sinnvoll. Die folgenden Tabellen listen die von den Energieberatern jeweils vorgeschlagenen Maßnahmenpakete, das voraussichtliche Investitionsvolumen sowie die Einsparpotenziale auf. Die einzelnen Beratungssteckbriefe sind auf der GEKKO-Webseite unter der jeweils in der Tabelle angegebenen laufenden Nummer veröffentlicht.

Die ausführlichen Beratungsberichte (jeder Bericht umfasst ca. 50 Seiten) wurden archiviert und sind für wissenschaftliche Zwecke zugänglich. Unter anderem wurden die Berichte der Stadt Oldenburg im Rahmen der Erarbeitung des Integrierten Energie- und Klimaschutzkonzeptes (InEKK) zur Verfügung gestellt⁷.

⁷ vgl. <http://www.oldenburg.de/stadtol/index.php?id=6083>, der Schutz der in den Berichten enthaltenen persönlichen Daten wird selbstverständlich sicher gestellt.

Bau-jahr	Gebäude	Wohn-fläche (qm)	empfohlenes Maßnahmenpaket	Invest. volumen (€) (ca.)	Energie-einsparung (kWh/a)	Brennstoff-kosteneinsparung (€/a)*	Amorti-sations-zeit (a)*	CO ₂ Einsparung (kg/qm.a)	CO ₂ Einsparung (kg/a)	Lfd. Nr.
1860	EFH OL-Mitte	210	Erneuerung Heizung, Dämmung Außenwände, Fenster, Fußböden, Decke, Dach, Einbau Solarthermie Warmwasser	113.000	95.986 (82,6%)	ca. 5.884	ca. 12	116,3	25.233	8
1870	EFH OL-Mitte	190	Dämmung Außenwände, Erneuerung Heizung, Fenster	40.000	50.054	ca. 2.834	ca. 12	86,3	keine Angabe	15
1879	MFH Dobben- viertel	197 (102 be- heizt)	Erneuerung Fenster/Haustür; Dämmung: Außenwände, oberste Geschossdecke, Kellerdecke, Erneuerung Heizungsanlagen, Einbau Solarthermie (Warmwasser)	66.350	74.904 (61,4%)	ca. 4.555	ca. 15	61,0	keine Angabe	14
1896	MFH Haarenesch	320 (5 WE)	Dämmung Außenwände, Decke zum Spitz- boden, Dach und Abseiten, neue Verglasung	25.500	42.160	ca. 2.590	ca. 10	23,0	10.562	1
vor 1900	EFH Eversten	120	Erneuerung Fenster, Haustür, Bodenluke, Dämmung Außenwände, Garagendecke, Gaube	25.160	10.980 (46,2%)	ca. 500	ca. 29	30,8	keine Angabe	20
1925	DHH Bürgerfelde	125	Dämmung Außenwände, Erneuerung Fenster, Dämmung Kellerdecke, Dach, Einbau Solarthermie (Warmwasser)	33.000	27.947	ca. 1.377	ca. 14	47,0	keine Angabe	18
1926	EFH Osternburg	150	Dämmung Außenwände, Erneuerung Fenster, Dämmung Decke zum Spitzboden, Keller- decke, Einbau Solarthermie (Warmwasser)	21.273	22.798	ca. 1.369	ca. 11	38,0	5.882	2
1927	EFH Bloherfelde	189	Dämmung Außenwände, Kellerdecke, Gauben, Erkerdach, (Treppenhausdach), Erneuerung Heizung, Einbau Solarthermie für Warmwasser	17.599	22.291 (49,5%)	ca. 1.215	ca. 18	29,0	keine Angabe	10
1928	MFH Osternburg	250 (6 WE)	Dämmung Dach, Kellerdecke, Dämmung Außenwand, Erneuerung Heizung, Einbau Solarthermie (Warmwasser)	99.000	67.600 (66,0%)	ca. 4.670	ca. 34	70,5	keine Angabe	9
1956	REH Don- nerschwee/ Ohmstede	125	Dämmung Dach, Wand, Kellerdecke, Erneuerung Heizung, Einbau Solarthermie (Warmwasser)	22.894	23.037 (57,5%)	ca. 1.252	ca. 23	46,6	keine Angabe	12
1956	EFH Kreyenbrück	100	Erneuerung Fenster, Dämmung Wand, Keller- decke, Dach, Heiz- und Warmwasserrohre, Optimierung Heizung, Einbau Solarthermie (Warmwasser)	50.450	29.860 (73,0%)	ca. 2.000	ca. 12	73,0	keine Angabe	17
Summe				514.226	467.617					

Tabelle 2

EFH = Einfamilienhaus, DHH = Doppelhaushälfte, REH = Reihenendhaus, RMH = Reihenmittelhaus, MFH = Mehrfamilienhaus

*Hinweis zur Brennstoffkosteneinsparung und Amortisationszeit in Jahren: Die Energieberater haben mit unterschiedlichen Zinssätzen und Energiepreissteigerungen gerechnet (dokumentiert in den Beratungssteckbriefen). Daher sind die Ergebnisse nur bedingt untereinander vergleichbar.

Baujahr	Gebäude	Wohnfläche (qm)	empfohlenes Maßnahmenpaket	Invest.volumen (€) (ca.)	Energieeinsparung (kWh/a)	Brennstoffkosteneinsparung (€/a)*	Amortisationszeit (a)*	CO ₂ Einsparung (kg/qm.a)	CO ₂ Einsparung (kg/a)	Lfd. Nr.
1964	RMH Eversten	110	Dämmung Außenwände (Hohlschicht), Erneuerung Fenster, Dämmung Kellerdecke, Erneuerung Heizung, Einbau Solarthermie (Warmwasser), zusätzliche Dämmung Außenwände (Wärmedämm-Verbundsystem)	40.000	26.012	ca. 1.507	ca. 15	45,7	keine Angabe	3
1965	DHH Osternburg	90	Dämmung Außenwände, Erneuerung Heizung, Einbau Solarthermie (Warmwasser)	9.626	11.279 (46,0%)	ca. 664	ca. 18	27,8	keine Angabe	5
1967	EFH Eversten	110	Dämmung Decke zum Dachboden, Kellerdecke, Außenwände, Erneuerung Heizung, Einbau Solarthermie (Warmwasser), Erneuerung der alten Fenster	22.512	36.792	ca. 2.280	ca. 10	74,0	9.230	6
1969	EFH Ohmstede	105	Dämmung Außenwände, Dach, Boden, Austausch Fenster, Erneuerung Heizung	32.592	32.516	ca. 2.114	ca. 14	68,0	7.861	4
1973	EFH Bürgerfelde	172	Dämmung Außenwände, Dach und Gauben, Kellerdecke	13.636	13.061 (30,0%)	ca. 753	ca. 22	16,0	keine Angabe	11
1975	EFH Eversten	102	Dämmung Außenwände, Erneuerung Heizung, Einbau Solarthermie (Warmwasser und Heizungsunterstützung)	13.100	18.944	ca. 1.180	ca. 11	33	4.780	16
1978	EFH Eversten	150	Austausch Fenster, Dämmung Außenwände, Flachdach, Kellerdecke, Erneuerung Heizung, Einbau Solarthermie (Warmwasser)	29.600	29.000 (46,8%)	ca. 1.562	ca. 28	48,4	keine Angabe	7
1978	EFH Osternburg	190	Dämmung Kriechkellerdecke, Außenwände, oberste Geschossdecke, Austausch Verglasung, Erneuerung Heizung, Einbau Solarthermie (Warmwasser)	16.100	26.350	ca. 1.580	ca. 10	28,0	6.468	13
1979	EFH Bürgerfelde	150	Dämmung Außenwände, Heizungsleitungen, Heizungssanierung, Austausch Fenster, Dämmung Kellerdecke, Anbau, Einbau Solarthermie (Warmwasser)	28.094	21.127	ca. 1.140	ca. 30	34,0	5.753	21
1999	DHH Hundsmühlen	125	Dämmung Außenwände, Erneuerung Heizung	14.000	4.500	ca. 187	ca. 26	10,0	keine Angabe	19
			Summe	219.260	219.581					
			Summe insgesamt	733.486	687.198					

Tabelle 3

EFH = Einfamilienhaus, DHH = Doppelhaushälfte, REH = Reihenendhaus, RMH = Reihenmittelhaus, MFH = Mehrfamilienhaus

*Hinweis zur Brennstoffkosteneinsparung und Amortisationszeit in Jahren: Die Energieberater haben mit unterschiedlichen Zinssätzen und Energiepreissteigerungen gerechnet (dokumentiert in den Beratungssteckbriefen). Daher sind die Ergebnisse nur bedingt untereinander vergleichbar.

5 Exkurs: Erfahrungen mit bestehenden Förderprogrammen zur Gebäudeenergieberatung

Im Zuge der Bearbeitung und Auswertung des Praxismoduls „Beratungskampagne“ wurden verschiedene Studien, die sich mit dem Thema der energetischen Gebäudesanierung bzw. speziell mit den Aspekten der Energieberatung in diesem Zusammenhang beschäftigen, gesichtet und in Teilen ausgewertet. Hierzu gehören insbesondere

- die Evaluation der stationären Energieberatung der Verbraucherzentralen (ifeu 2005),
- die Evaluation des Förderprogramms „Energieeinsparberatung vor Ort“ (ifeu 2008),
- Studien des Forschungsprojektes „ENEF-Haus – Energieeffiziente Modernisierung im Gebäudebestand bei Ein- und Zweifamilienhäusern“ (ISOE 2009, ISOE 2010) sowie
- die Wohngebäudesanierer-Befragung 2010 (Institut der deutschen Wirtschaft 2010).

Alle vorliegenden Untersuchungen belegen die Bedeutung einer qualifizierten Energieberatung im Vorfeld einer energetischen Gebäudesanierung sowohl in Bezug auf die Entscheidung der Beratungsempfänger, die Sanierung konkret umzusetzen, als auch hinsichtlich der Festlegung der optimalen Sanierungsmaßnahmen (Vermeidung von Fehlinvestitionen). Die beiden wichtigsten bundesweit organisierten Beratungsprogramme sind

- die Energieberatung der Verbraucherzentralen sowie
- das Förderprogramm „Energieeinsparberatung vor Ort“ des BAFA (Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle).

Erstere zählt zu den niedrighschwelligigen Angeboten: Gegen einen geringen Unkostenbeitrag wird in den Beratungsstellen der Verbraucherzentralen zu einzelnen Themen (z.B. Heizung, Wanddämmung, Nutzung von Sonnenenergie) informiert und beraten. In Einzelfällen können daran anschließend für eine höhere Gebühr auch Termine vor Ort vereinbart werden, um das jeweilige Thema zu vertiefen und offene Fragen zu klären. Die Evaluation der stationär bei den Verbraucherzentralen durchgeführten Beratungen bescheinigt dieser eine hohe Umsetzungswirkung. So lag z.B. die Umsetzungsquote der beratenen Eigenheimbesitzer in den Bereichen Wand- und Dachdämmung bei rund 80%, wobei in rund 95% dieser Fälle die vorherige Beratung einen relevanten Einfluss hatte. Die Zufriedenheitsquote („zufrieden“ oder „sehr zufrieden“) wird mit rund 90% angegeben (vgl. ifeu 2005).

Im Rahmen des BAFA-Programms „Energieeinsparberatung vor Ort“ bezuschusst das BAFA umfassende Energieberatungen bei Ein-/Zweifamilienhäusern mit 300 Euro (plus Zusatzförderung für bestimmte Leistungen wie Stromsparberatung, Thermographie, Luftdichtigkeitsprüfung) bzw. mit maximal 50%. Damit reduzieren sich die Kosten, die ein Beratungsempfänger selbst aufwenden muss, auf durchschnittlich 500 Euro pro Beratung. Dennoch wird dieser Kostenaufwand als entscheidende Hürde für die Beauftragung einer solchen Beratung durch Privathaushalte gesehen. Die Befragung der Kontrollgruppe⁸ im Rahmen der Evaluation des Programms ergab eine sehr geringe Zahlungsbereitschaft: 56% hatten kein

⁸ Zusätzlich zur Befragung der Beratungsempfänger wurde eine Kontrollgruppe mit 200 Personen befragt, die in den letzten fünf Jahren Sanierungsmaßnahmen umgesetzt hatten, die aber keine Vor-Ort-Energieberatung in Anspruch genommen hatten.

Interesse an einer kostenpflichtigen Beratung und von den grundsätzlich interessierten Haushalten gaben nur 12% an, dass sie Beratungskosten von mehr als 300 Euro als gerechtfertigt ansehen (vgl. ifeu 2008, S. 83f). Die Evaluation des BAFA-Programms enthält eine Fülle von Erkenntnissen und Vorschlägen zur Verbesserung der Vor-Ort-Energieberatung. Da die GEKKO-Energieberatungen inhaltlich weitestgehend den BAFA-Anforderungen entsprachen, orientiert sich auch das Umfragedesign zur Evaluation der GEKKO-Energieberatungen⁹ an jenem der BAFA-Evaluation. Im nachfolgenden Abschnitt finden sich daher viele Bezüge und Querverweise zur ifeu-Studie.

Die vom Institut für sozial-ökologische Forschung (ISOE) im Zuge des Forschungsprojektes „ENEF-Haus“ erstellten Studien analysieren das weite Handlungsfeld der energetischen Sanierung von Ein- und Zweifamilienhäusern vor dem Hintergrund wirtschaftlicher und lebensweltlicher Faktoren. Die Entscheidung für eine energetische Sanierung wird hierbei als strategische Konsumententscheidung betrachtet, die weit mehr voraussetzt als die Verfügung über ökonomische Ressourcen. Ebenso wichtig sind die soziodemographische Situation, ein hinreichendes Problembewusstsein sowie ausreichende Informationen und die Kompetenz, diese zu verarbeiten bzw. zu bewerten. Mit diesem Grundansatz wird ein Zielgruppenmodell für die energetische Eigenheimmodernisierung entwickelt, deren empirische Basis eine ausführliche standardisierte Befragung von 1.008 Eigenheimsanierer/innen darstellt.

Im Rahmen dieser Befragung wurden auch Erkenntnisse zu den hierbei genutzten Informationswegen gesammelt. Bei den energetischen Sanierern dominieren demnach Gespräche mit Handwerker/n (71%) und Heizungsbauer (52%) sowie mit Kollegen/Freunden (59%), Verwandten (51%) und Nachbarn (45%). Dies zeigt die besondere Bedeutung sozialer Netzwerke bei der Entscheidungsfindung, was im Übrigen auch durch die GEKKO-Nutzerbefragung (Basisstudie 2) bestätigt wird. Dahinter rangieren allgemein zugängliche Informationsquellen (Internet, Broschüren, Zeitschriften). Das Gespräch mit einem Architekten und die Energieberatung vor Ort wurden im Rahmen der ISOE-Erhebung deutlich seltener genannt. Das heißt, dass sogar bei dezidiert auf energetische Einsparungen ausgerichteten Sanierungen nur eine Minderheit eine neutrale, ausführliche Energieberatung in Anspruch nimmt.

Dieser Befund deckt sich mit den Aussagen der ifeu-Studien zur geringen Bekanntheit neutraler Energieberatungen. Die Forderung nach einer Verbesserung der Informationslage zu den bestehenden Beratungsmöglichkeiten und zum Nutzen einer qualifizierten Energieberatung ist damit nur folgerichtig (vgl. z.B. Institut der deutschen Wirtschaft 2010, S. 33, ifeu 2008, S. 46ff, S. 129ff, ifeu 2005, S. 44ff).

⁹ Der Fragebogen ist in Anhang 2 dokumentiert.

6 Evaluation der durchgeführten Beratungen – Befragung der Beratungsempfänger

Im November 2009¹⁰ wurden alle Beratungsempfänger angeschrieben und aufgefordert, einen Fragebogen zur Evaluation der GEKKO-Energieberatung zu beantworten. Da sich der Rücklauf trotz Erinnerungsschreiben als unbefriedigend erwies, wurden im Zeitraum zwischen Januar und April 2010 alle säumigen Beratungsempfänger (z.T. mehrmals) angerufen, so dass schließlich ein Rücklauf von 19 (von insgesamt 21) Fragebögen realisiert werden konnte.

Das Erkenntnisinteresse lag darin, für die kostenlosen und auf besondere Art und Weise inszenierten GEKKO-Energieberatungen Wirkungsdaten zu ermitteln, die mit bereits vorliegenden Daten zur kostenpflichtigen BAFA-Beratung vergleichbar sind (vgl. ifeu 2008). Dies betrifft v.a. die Zufriedenheit und Einstellung der Klienten, die Häufigkeit einer dadurch ausgelösten Umsetzung von Sanierungsmaßnahmen und die erzielten Einsparwirkungen. Ferner sollten Hinweise auf das Kommunikationsverhalten der Probanden (Beratungsempfänger) innerhalb unmittelbar relevanter Sozialstrukturen (Nachbarschaft, Familien-, Freundes- und Bekanntenkreis etc.) ermittelt werden.

6.1 Zufriedenheit mit der Beratung / dem Berater

Insgesamt ist eine hohe Zufriedenheit mit den Energieberatungen zu verzeichnen. Dem Vorbehalt, dass mit Verzerrungseffekten zu rechnen sei, weil die Beratungen kostenlos angeboten wurden und die Umfrage vom GEKKO-Team selbst durchgeführt wurde, kann entgegnet werden, dass die Zufriedenheitswerte auffällig mit denen für die BAFA-Beratung übermittelten Werte übereinstimmen (vgl. ifeu 2008, S. 59).

¹⁰ Es wurde bewusst ein sehr später Termin innerhalb der Projektlaufzeit gewählt, um möglichst viele durch die Beratungen induzierte Sanierungsmaßnahmen zu erfassen. Natürlich kommt es auf Grund der Tatsache, dass die Beratungen über einen Zeitraum von zweieinhalb Jahren (zwischen Frühjahr 2007 und Herbst 2009) durchgeführt worden sind, zu gewissen Verzerrungen. Bei den Teilnehmern an der letzten Beratungsstaffel konnte natürlich noch keine Umsetzung der Beratungsempfehlungen erwartet werden.

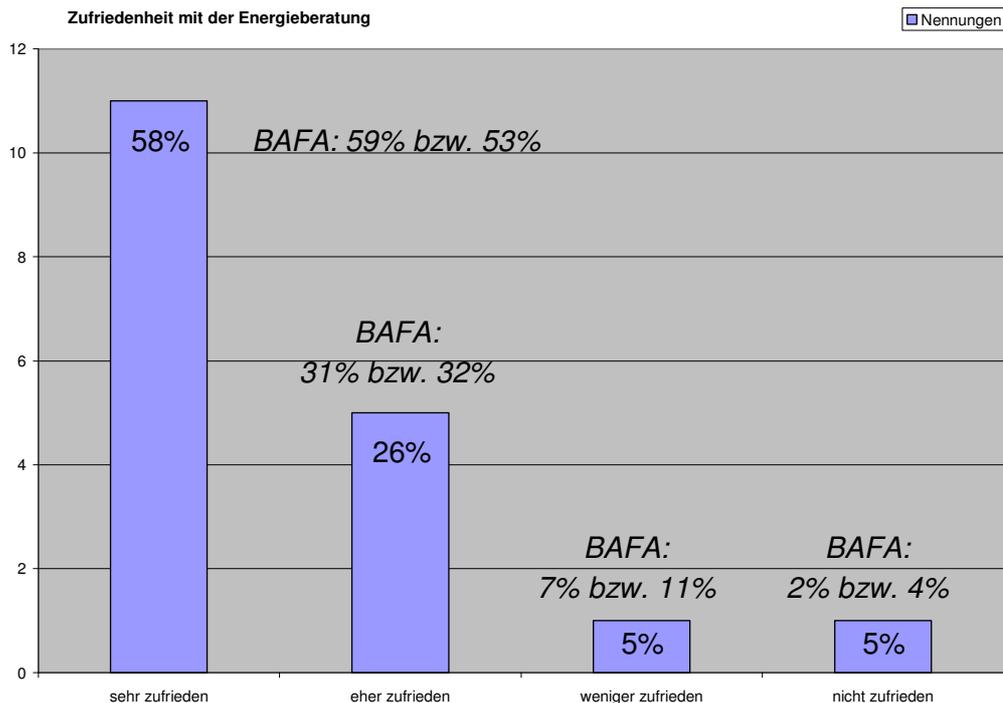


Abbildung 10: Zufriedenheit mit der Beratung

(die BAFA-Werte sind differenziert entsprechend den Umfragezeiträumen 2005 bzw. 2007)

Etwas anders stellt sich die Beurteilung der Eigenschaften des jeweiligen Energieberaters dar. Die Probanden (Beratungsempfänger) wurden hier um eine Einschätzung gebeten mit dem Hinweis, dass auf Wunsch die Angaben vertraulich behandelt und nicht an den Energieberater weitergegeben werden. Hierdurch sollte verhindert werden, dass „Gefälligkeitsnoten“ vergeben werden. Die Eigenschaften und Merkmale der Beratung bzw. des Beraters wurden analog zur ifeu-Studie (vgl. ifeu 2008, S. 60) abgefragt, um die Ergebnisse miteinander vergleichen zu können.

Eigenschaft / Merkmal	GEKKO	BAFA
Qualität der Beratungsleistung		
Persönlicher Nutzen	1,8	1,9
Unabhängigkeit von Verkaufsinteressen	1,5	1,4
Fachliche Kompetenz	1,4	1,8
Eingehen auf Fragen und Bedürfnisse	1,6	1,8
Erläuterung von Fragen direkt am Gebäude (-teil)	1,7	1,8
Verständlichkeit des Beratungsberichtes	2,1	2,0
Verständlichkeit der Erläuterungen (Abschlussgespräch bei Berichtsübergabe)	2,0	1,8

Tabelle 4: Eigenschaften und Merkmale der Energieberatung / des Energieberaters
(Noten-Durchschnitt)

Auch hier zeigen sich auffällige Übereinstimmungen. Bezüglich des Eingehens auf konkrete Fragen und Wünsche sowie hinsichtlich der gegenüber den Beratungsempfängern ausgestrahlten Kompetenz¹¹ schneiden die GEKKO-Beratungen sogar besser ab, was als ein Hinweis auf die Bedeutung lokaler Netzwerke und Kampagnen zur Sicherstellung von Verbraucherorientierung und Qualitätssicherung interpretiert werden kann.

Was die Bedeutung der Energieberatung zur Identifizierung optimaler Sanierungsmaßnahmen betrifft, so messen knapp 90% der GEKKO-Beratungsempfänger ihr eine hohe oder sehr hohe Bedeutung zu. Die ifeu-/Emnid-Umfrage hat demgegenüber eine etwas geringere Zustimmung ermittelt (rund 77%) (vgl. ifeu 2008, S.59).

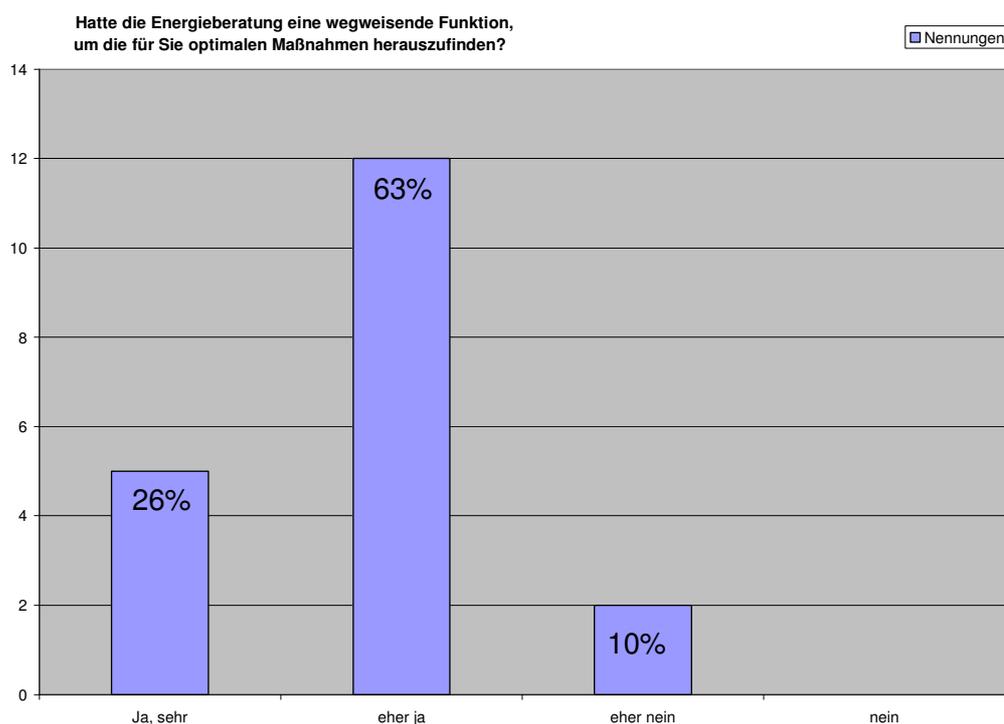


Abbildung 11: Bedeutung der Beratung („Wegweiser-Funktion“)

Rund 90% der Befragten würden eine derartige Beratungsleistung weiter empfehlen. Dies deckt sich in etwa mit den von ifeu und Emnid ermittelten Werten für die BAFA-Beratungen.

¹¹ Hier wurde von einigen GEKKO-Beratungsempfängern angemerkt, dass sie als Laien die Kompetenz des Energieberaters sehr schwer beurteilen könnten.

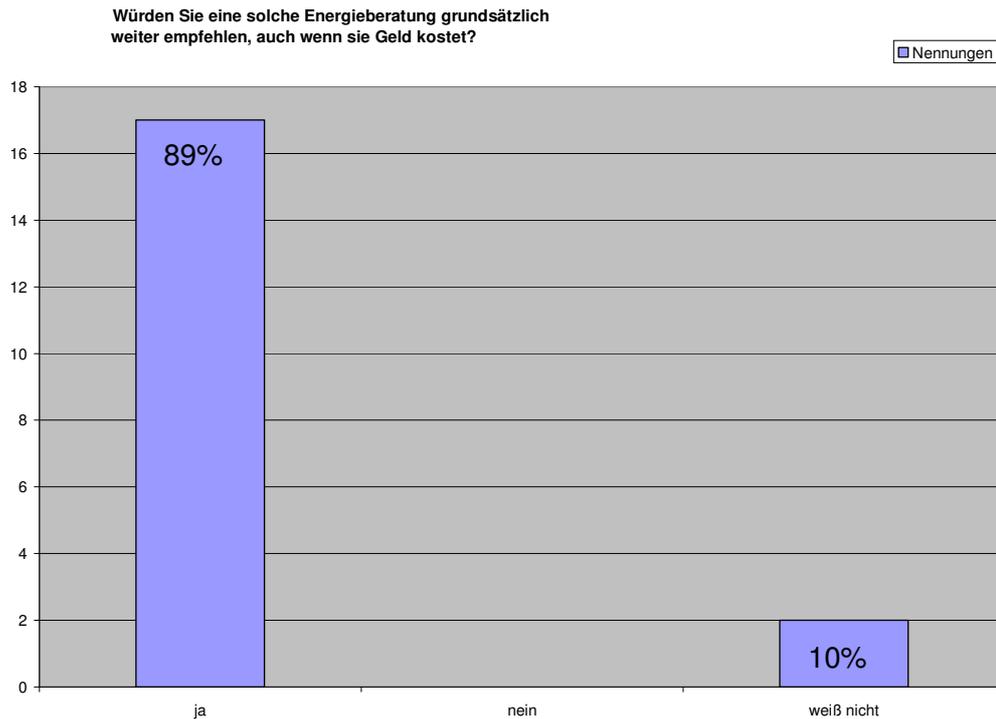


Abbildung 12: Weiterempfehlung der Beratung

Die Probanden wurden zusätzlich gefragt, welcher Preis für eine solche Beratung angemessen wäre. Hier kristallisierte sich eine Zweiteilung der Ergebnisbereiche heraus.

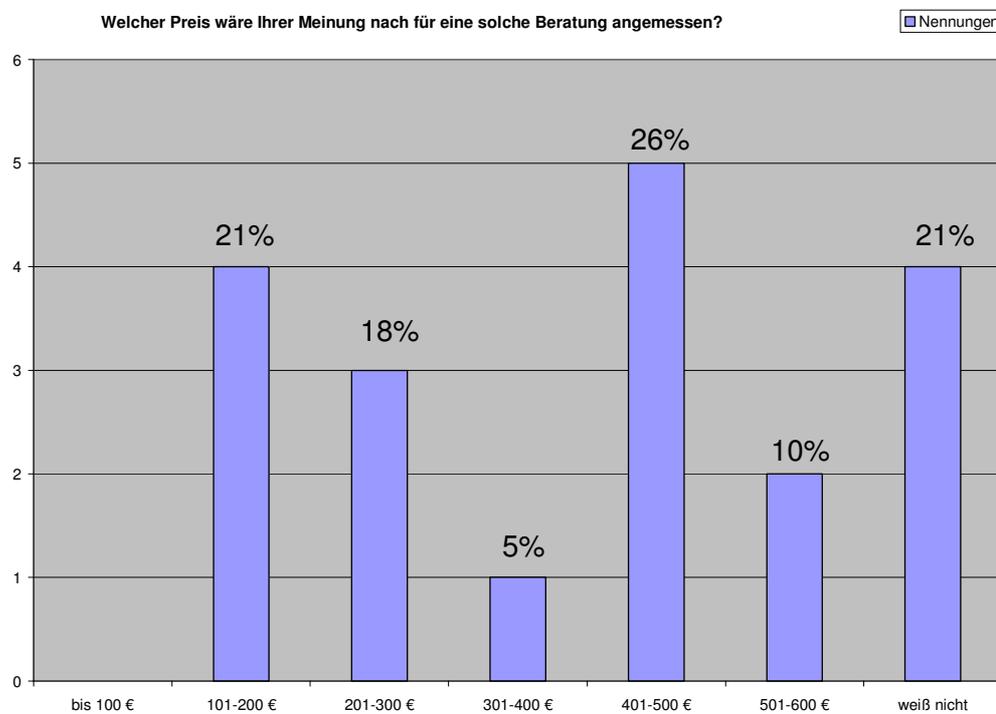


Abbildung 13: Angemessene Preise aus Sicht der Beratungsempfänger

37% der Befragten halten Preise zwischen 100 und 300 Euro für angemessen, was einem Kostenrahmen entspricht, der auch unter Einbeziehung einer BAFA-Förderung nicht zu realisieren ist. Ein gleichgroßer Anteil der Befragten hält einen Betrag zwischen 400 und 600 Euro für akzeptabel. 21% der Probanden sahen sich nicht in der Lage, dies zu beurteilen. Die Zahlungsbereitschaft liegt damit tendenziell höher als bei der befragten Kontrollgruppe im Rahmen der BAFA-Evaluation.

6.2 Kommunikation über Energieberatungen in Nachbarschaft, Bekannten- und Familienkreis

Von besonderem Interesse sind Hinweise darauf, ob die Energieberatung Anlässe für Gespräche mit Nachbarn, Freunden, Bekannten etc. gegeben hat und ob hierdurch Nachahmungen erzielt worden sind.

Die Probanden wurden auch befragt, ob ihnen zuvor Haushalte bekannt waren, die bereits eine Energieberatung in Anspruch genommen haben. Erfragt wurde zudem, ob sie bei anderen Personen die Nachfrage nach einer Beratung ausgelöst haben oder wenigsten mit anderen (interessierten) Hausbesitzern darüber kommunizieren.

Die Antworten auf den ersten Fragenkomplex (Kenntnis von Haushalten, die eine Energieberatung vorher/nachher in Anspruch genommen haben) sind ernüchternd. Es zeigt sich deutlich, dass die Energieberatung kein „Selbstläufer“ ist und die Weiterverbreitung durch Mundpropaganda nicht vorausgesetzt werden kann.

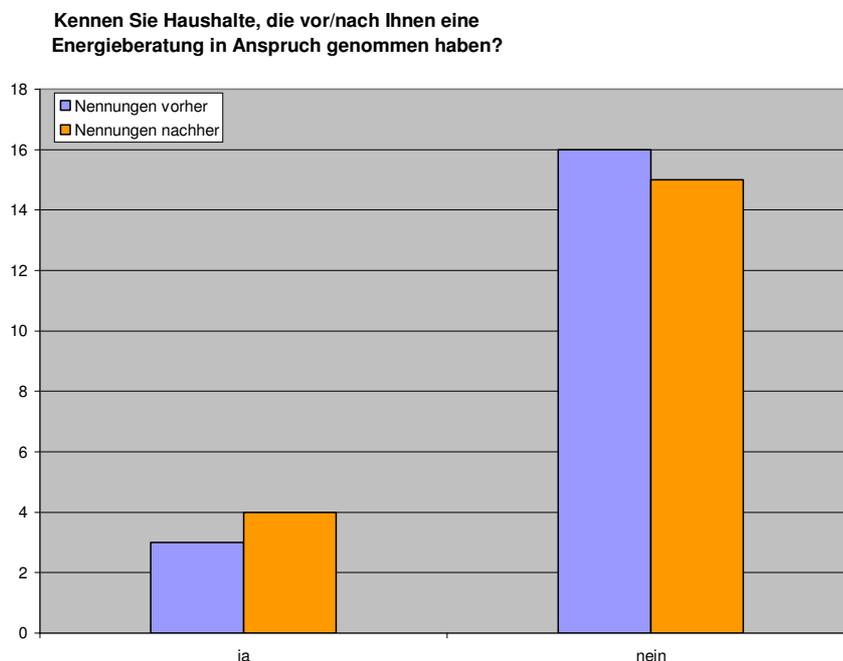
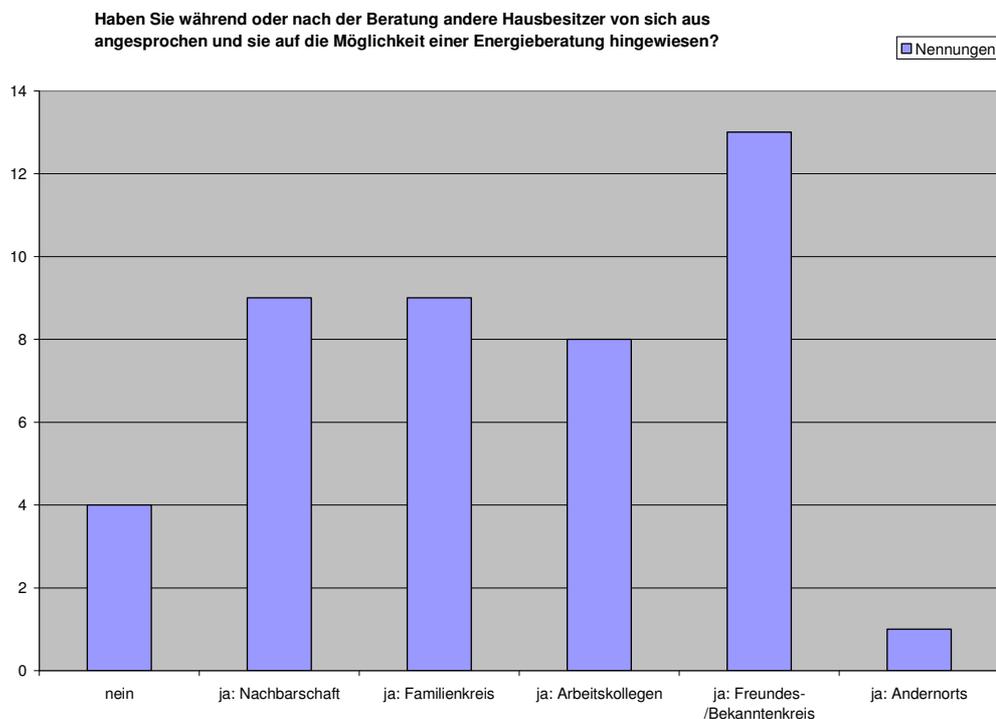


Abbildung 14: Kenntnis von Haushalten, die eine Energiesparberatung in Anspruch genommen haben, vor und nach der eigenen Inanspruchnahme einer Beratung

Allerdings ist auch ein ermutigender Fall dokumentiert: Hier wurden Nachbarn auf die Energieberatung aufmerksam, so dass der Hauseigentümer den Energieberater sowie interessierte Nachbarn, alle Bewohner der gleichen Reihenhauszeile, zu einer Informationsveranstaltung zu sich nach Hause einlud. Der Energieberater konnte auf dieser Veranstaltung nach eigenen Angaben mehrere weitere Beratungsaufträge akquirieren¹². Dieses Beispiel zeigt, dass bei entsprechender Unterstützung in der Kommunikation vor Ort durchaus ein Diffusionsprozess in Gang gesetzt werden kann. GEKKO nutzte allerdings vornehmlich andere Medien zur Verbreitung der Information über die Beratung sowie die Beratungsergebnisse (v.a. Printmedien, Lokalfernsehen sowie GEKKO-Webseite und Email-Newsletter)¹³.

Auf die Frage, mit wem die Hausbesitzer über die bei ihnen durchgeführte Energieberatung von sich aus gesprochen haben, ergibt sich ein relativ ausgeglichenes Bild, wobei Gespräche im Freundes- und Bekanntenkreis leicht überwiegen. Vier Beratungsempfänger (immerhin 21%) gaben jedoch auch an, dass sie niemandem aus Nachbarschaft, Familie oder Bekanntenkreis von der Energieberatung erzählt haben.

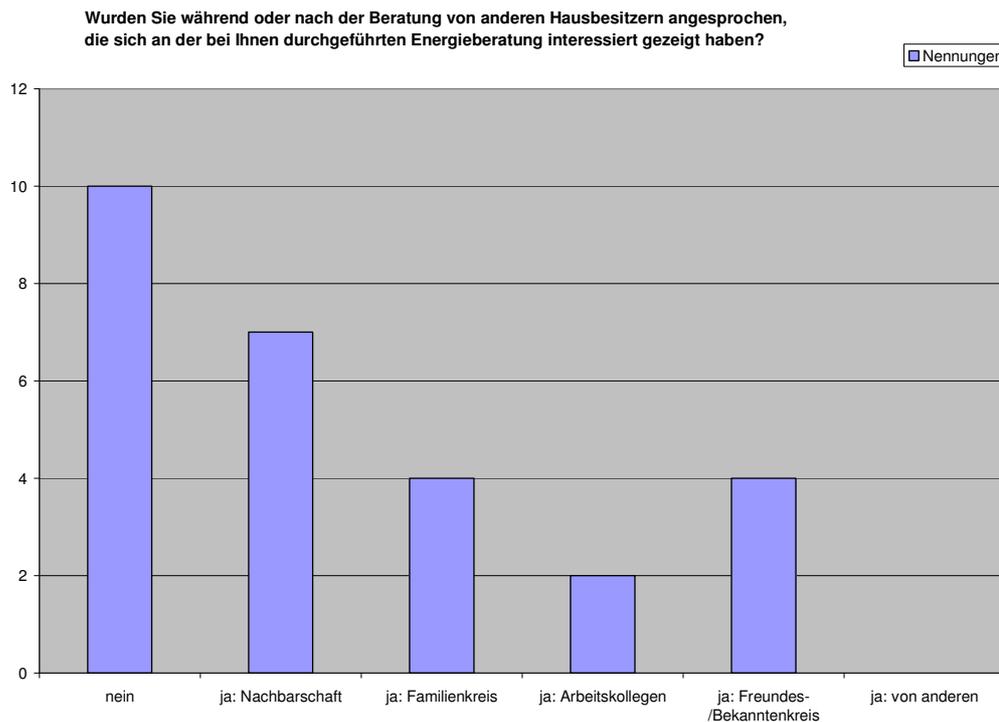


**Abbildung 15: Kommunikation mit Bezug zur Energieberatung
(von den Beratungsempfängern ausgehend)**

¹² GEKKO-intern wurde dieser Fall salopp als „Energieberatungs-Tupperparty“ bezeichnet.

¹³ Zur Diffusionswirkung der im Rahmen von GEKKO getesteten Praxismodule finden sich ausführliche Betrachtungen im Abschlussbericht des Forschungsberichtes.

Umgekehrt ist weniger als die Hälfte der Beratungsempfänger von außen auf die Energieberatung angesprochen worden; wobei hier ganz deutlich Kontakte aus der Nachbarschaft dominieren. Da die Sichtbarkeit einer Beratungsleistung von außen praktisch nicht gegeben ist, sollte im Zuge von initiierten Beratungskampagnen stärker auf eine Informationsarbeit vor Ort Wert gelegt werden mit Informationsveranstaltungen, Postern, Handzetteln und ggf. einem besonders „sichtbaren“ Auftreten des Energieberaters (z.B. besondere Kennzeichnung des Fahrzeuges mit einem Kampagnenlogo o.ä.).



**Abbildung 16: Kommunikation mit Bezug zur Energieberatung
(von anderen Interessenten ausgehend)**

6.3 Umsetzung von Sanierungsmaßnahmen auf Grund der Energieberatung

Die Beratungsempfänger wurden befragt, ob sie nach der Beratung Sanierungsmaßnahmen zur Energieeinsparung durchgeführt oder fest geplant haben (innerhalb von zwei Jahren). Die Antworten sind ermutigend: 79% gaben an, dass sie ausgewählte Maßnahmenvorschläge umgesetzt oder deren Umsetzung fest geplant haben. Drei der Befragten (16%) antworteten sogar, dass sie das gesamte Maßnahmenpaket umgesetzt haben. Somit haben 95% der beratenen Haushalte Umsetzungsmaßnahmen ergriffen oder fest geplant. Zum Vergleich: Die Evaluation der BAFA-Energieberatung hat ebenfalls eine Umsetzungsquote von 95% ergeben (ifeu 2008, S. 88), mit dem Unterschied, dass die Beratungsempfänger entsprechend den BAFA-Regularien die Energieberatung finanziell mittragen mussten. Die Befürchtung, dass kostenlos vergebene Beratungen eine geringere Umsetzungsquote bedingen, scheint sich nicht zu bestätigen.

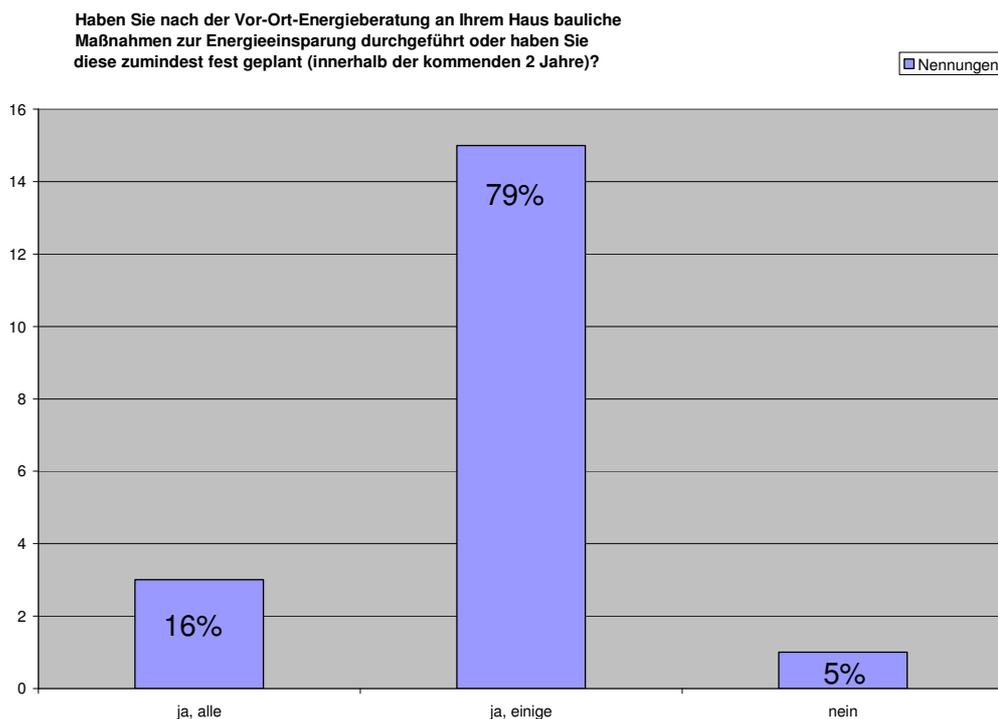


Abbildung 17: Umgesetzte oder fest geplante energetische Sanierungsmaßnahmen

Die Aufschlüsselung der **umgesetzten oder fest geplanten Maßnahmen** zeigt, dass Maßnahmen an der Gebäudehülle dominieren, wobei die Sanierung der Außenwand am häufigsten genannt wurde. Maßnahmen zur Heizungserneuerung oder -optimierung wurden demgegenüber vergleichsweise selten genannt. Dies spiegelt klar den Nachholbedarf bei der Sanierung der Gebäudehülle wieder, der bereits mit Auswertung der Bewerbungsunterlagen sichtbar geworden war (vgl. Abbildung 8). Offensichtlich ist dies auch ein bundesweiter Trend, denn auch die Evaluation der BAFA-Beratungen hat eine Dominanz von Maßnahmen zur Wärmedämmung ergeben (rund 80%). Demgegenüber gaben nur gut 40% der Befragten an, dass sie in Folge einer Energieberatung ihre Heizungsanlage saniert hätten.

Die Analyse der **bereits umgesetzten Maßnahmen** ergibt ein ähnliches Bild, allerdings auf einem entsprechend niedrigeren Niveau. Dabei ist eine zeitliche Verzerrung zu beachten, weil die letzten Beratungen erst im Sommer 2009 durchgeführt worden sind und die Beratungsergebnisse zum Teil erst kurz vor Durchführung der Umfrage vorlagen. Dementsprechend haben die sechs an dieser Staffel teilnehmenden Haushalte noch keine Sanierungsmaßnahmen in Angriff nehmen können. Bei Betrachtung der für die ersten drei Beratungsstaffeln ausgewählten Haushalte (die Beratungen fanden statt zwischen Sommer 2007 und Sommer 2008) ergibt sich folgendes Bild: 10 von 13 antwortenden Beratungsempfängern haben zumindest eine Maßnahme umgesetzt (77%). Die weitere Aufschlüsselung zeigt, dass drei Haushalte das gesamte, vom Energieberater empfohlene Maßnahmenpaket realisiert haben (23%), ein Haushalt hat mehrere Maßnahmen umgesetzt und sechs Haushalte (46%) haben eine Maßnahme umgesetzt und weitere fest geplant.

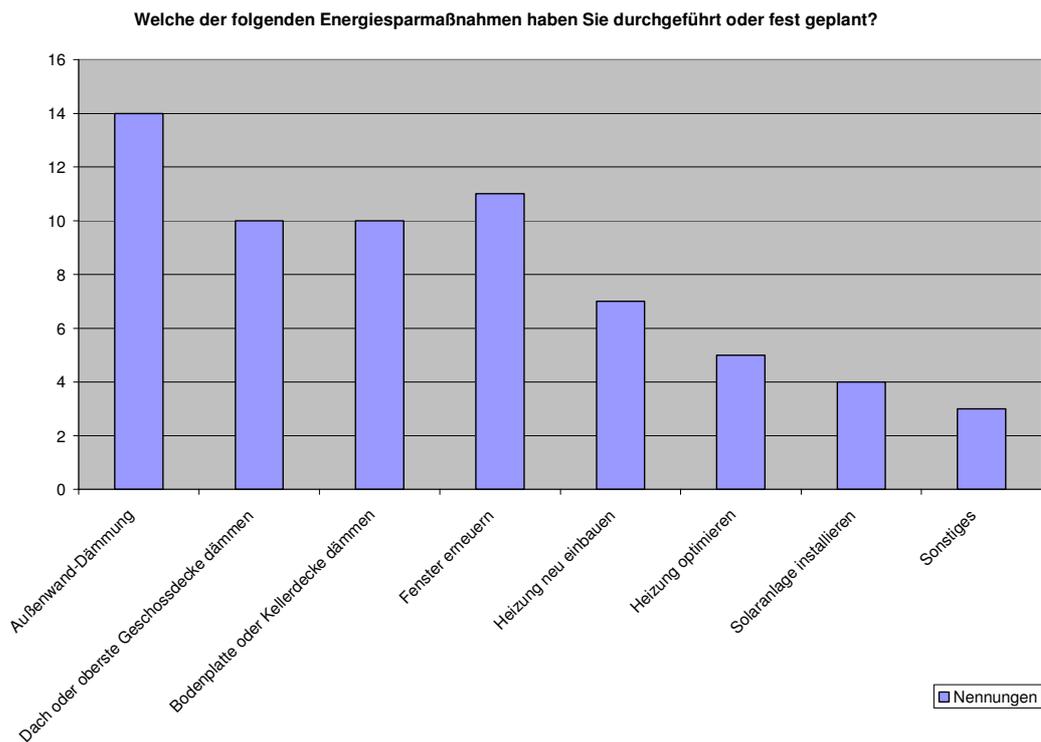


Abbildung 18: Durchgeführte oder fest geplante Maßnahmen

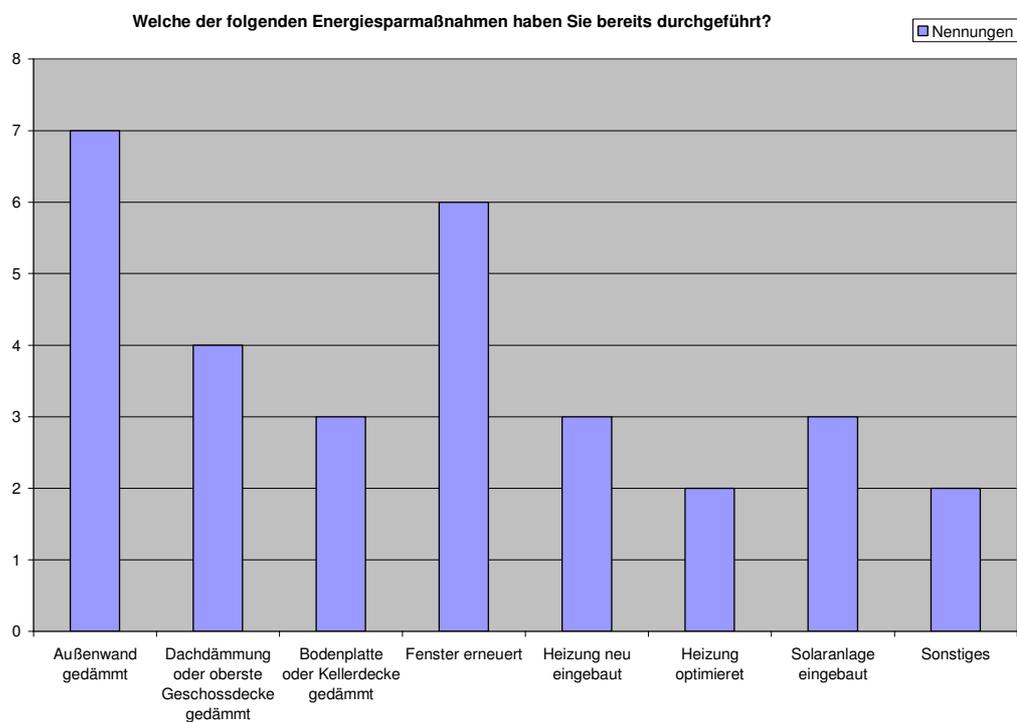


Abbildung 19: Bereits durchgeführte Maßnahmen

In diesem Zusammenhang wurde noch die Frage gestellt, ob die Energieberatung auch zu Sparmaßnahmen durch Verhaltensänderung geführt hat. Hier ist das Bild gespalten – mit einem geringen Übergewicht der „Ja-Antworten“.

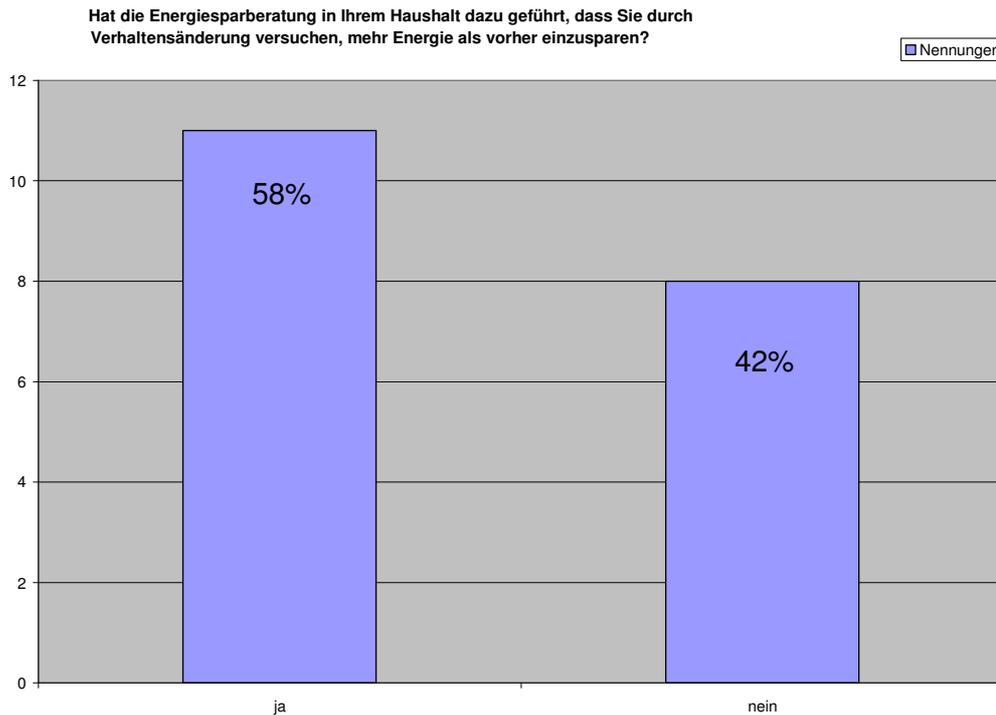


Abbildung 20: Energieeinsparung durch Verhaltensänderung

6.4 Einstellung zur energetischen Sanierung, Kenntnis der BAFA-Förderung

Zur Beurteilung der Wirkung der GEKKO-Beratungskampagne war es ebenfalls wichtig zu erfahren, inwieweit sich die Beratungsempfänger bereits zuvor mit konkreten Sanierungsmaßnahmen beschäftigt haben und wie bekannt die Förderung durch das BAFA unter ihnen ist. Aus der ifeu-/Emnid-Studie geht hervor, dass 90% der Empfänger der BAFA-geförderten Beratungen bereits vorher konkrete Sanierungsvorhaben geplant haben und die allgemeine Information nur von untergeordneter Bedeutung ist. Da die GEKKO-Beratungen zu Forschungszwecken kostenfrei vergeben wurden, stellt sich die Frage, ob der Anteil derjenigen, die zuvor noch keine Maßnahmen ins Auge gefasst haben, signifikant größer ist. Auf Grund der Nennungen in den Bewerbungsbögen lag diese Vermutung zunächst nahe. Hier sind bei insgesamt 176 eingesandten Bewerbungen auf die offene Frage nach den Motiven ein bereits festgestellter Sanierungsbedarf oder sogar geplante Sanierung nur 39 Mal genannt worden (dies entspricht 22%).

So ist zunächst erstaunlich, dass im Zuge der Evaluation der GEKKO-Beratungen 79% der Probanden angegeben haben, dass sie bereits vor der Energieberatung konkrete bauliche Maßnahmen ins Auge gefasst hätten. Hier kann jedoch ein Verzerrungseffekt auf Grund der Auswahl der Beratungsempfänger durch die Fachjury vorgelegen haben, für die neben wissenschaftlichen Aspekten (z.B. Abdeckung des gesamten Baualtersklassen-Spektrums) auch die Qualität der Bewerbung, insbesondere die Vollständigkeit der abgefragten Informationen, ein Auswahlkriterium war. Die Vermutung liegt nahe, dass Bewerber mit konkreten Sanierungsvorstellungen den Bewerbungsbogen besonders sorgfältig ausgefüllt haben. Ein anderer Grund für die abweichenden Angaben in Bewerbung und abschließender

Befragung der Beratungsempfänger kann natürlich die Art der Fragestellung sein. Sollte die Kampagne wiederholt werden, so wäre eine spezifische Motivabfrage (z.B. wie in der ifeu-/Emnid-Studie, vgl. ifeu 2008, S. 55f) bereits im Bewerbungsverfahren anzuraten.

Immerhin haben auch all diejenigen Beratungsempfänger, die zuvor noch keine konkrete Maßnahme ins Auge gefasst haben, angegeben, dass die Umsetzung von Maßnahmen bereits durchgeführt worden sind oder innerhalb von zwei Jahren umgesetzt werden sollen. Was die Maßnahmen selbst betrifft¹⁴, so zeigen sich keine signifikanten Unterschiede zu den Haushalten, in denen bereits Maßnahmen geplant waren. Dies spricht für die Überzeugungskraft der Energieberatung.

In den überwiegenden Fällen wurde die GEKKO-Beratung jedoch zur Absicherung einer bereits zuvor anvisierten Sanierung genutzt. Dies wird auch deutlich in den Antworten zur Wirkung der Beratungen bei bereits geplanten Sanierungsmaßnahmen.

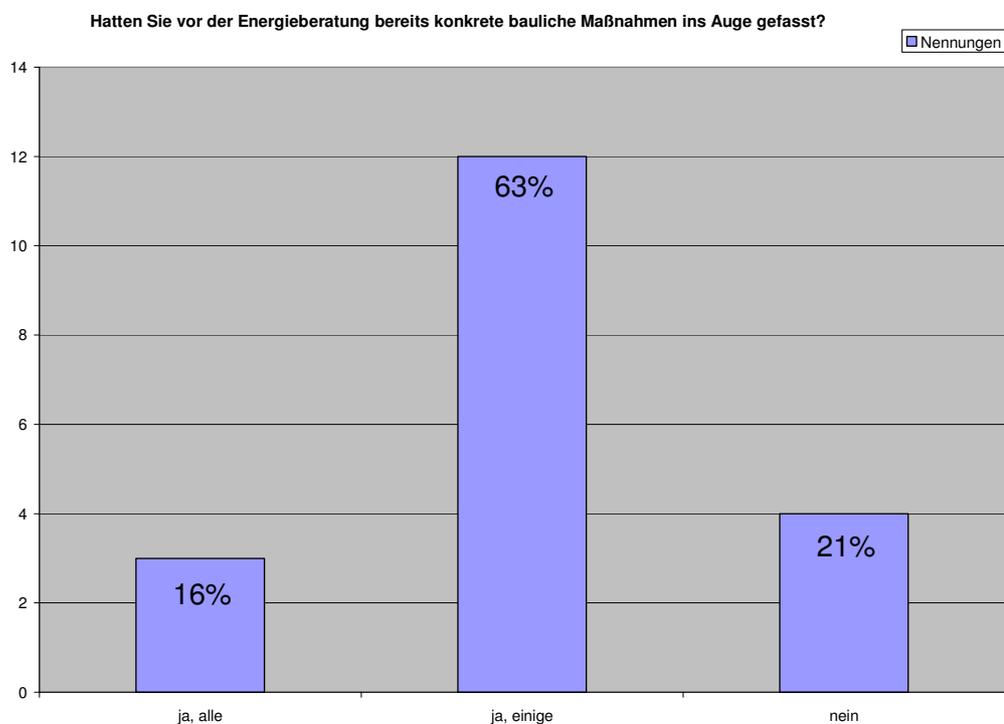


Abbildung 21: Bereits vor der Energieberatung geplante konkrete Maßnahmen
(bezogen auf die Vorschläge des Energieberaters)

¹⁴ In einem Fall wurden mehrere Maßnahmen umgesetzt, in einem Fall ist eine Maßnahme realisiert worden und weitere sind fest geplant, in zwei Fällen (darunter einer aus der 4. Beratungsstaffel) sind mehrere Maßnahmen fest geplant.

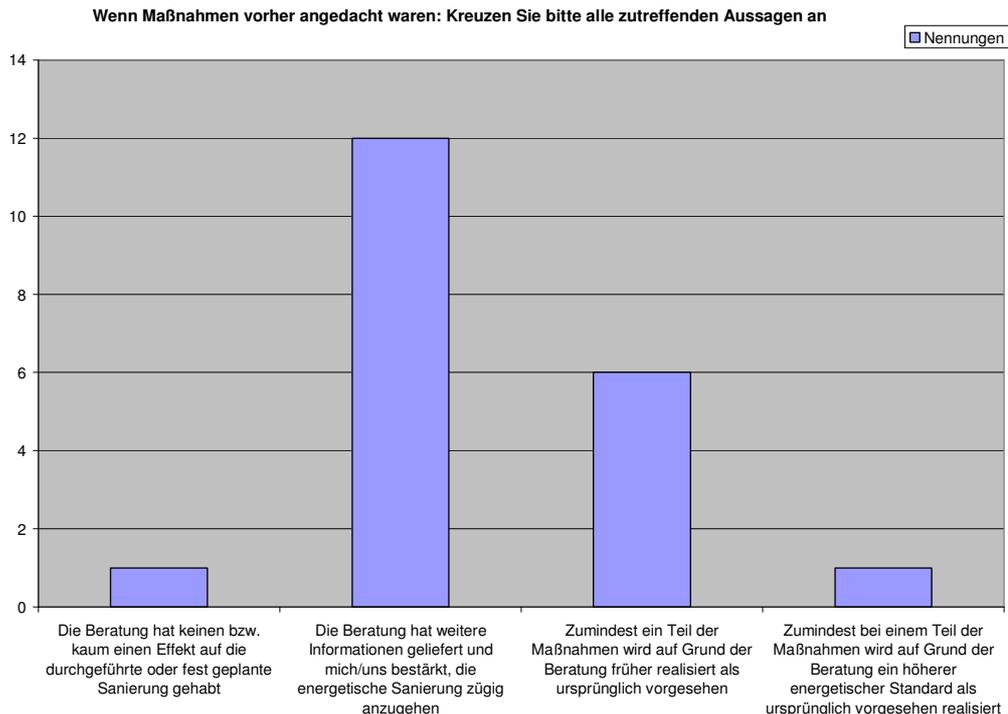


Abbildung 22: Bedeutung der Energieberatung bei bereits zuvor ins Auge gefassten Maßnahmen

In sechs Fällen (40% aller Beratungen in bereits zuvor an einer Sanierung interessierten Haushalten) hat die Beratung zu einem Vorziehen der Sanierung geführt. Die Realisierung eines höheren energetischen Standards auf Grund der Energieberatung wurde jedoch nur ein einziges Mal genannt.

In der Studie von ifeu/Emnid wird ein relativ geringer Bekanntheitsgrad der BAFA-Förderung konstatiert. Dies bestätigt sich auch in der vorliegenden Evaluation, denn knapp die Hälfte der GEKKO-Beratungsempfänger gab an, die Förderung von Vor-Ort-Energiesparberatungen durch das BAFA nicht zu kennen. Und von denjenigen, denen dieser Förderweg bekannt war, hätte nur deutlich weniger als die Hälfte eine Beratung entsprechend den BAFA-Bedingungen in Auftrag gegeben. Das heißt, drei Viertel der im Rahmen der GEKKO-Kampagne beratenen Haushalte hätten keine qualitativ adäquate Energieeinsparberatung durchführen lassen.

Dies ist ein Indiz für das über die BAFA-Beratung hinaus erschließbare Potenzial an effektiven, eine Umsetzung versprechenden Vor-Ort-Energieberatungen ist. Die Durchführung einer zusätzlichen Kampagne im Rahmen von GEKKO ist durch den Forschungsauftrag des Projektes begründet gewesen. Die Erkenntnisse aus der GEKKO-Kampagne sollten daher einfließen in eine bessere Vor-Ort-Werbung für die BAFA-Beratung und deren Ergänzung um zusätzliche Angebote. Hierzu gehören niedrigschwellige, möglichst kostengünstige Erstberatungsangebote zur Erreichung der nicht sensibilisierten und infolgedessen nicht informierten Haushalte ebenso wie ergänzende Anreize zur Inanspruchnahme einer umfassenden Beratung, um sanierungswillige Haushalte in die Lage zu versetzen, die in ihrem Fall optimalen Maßnahmen auszuwählen und sie zu einer zeitnahen Umsetzung zu motivieren. Um es noch einmal auf den Punkt zu bringen: Knapp 80% der Probanden hatten vor der

Beratung Sanierungsmaßnahmen geplant, jedoch weniger als ein Viertel hätte eine Energieberatung nach BAFA in Anspruch genommen.

Alle Aktivitäten sollten möglichst durch ein lokales Netzwerk oder eine vor Ort ansässige Agentur getragen werden, die Qualitätsmaßstäbe setzt und somit Vertrauen schafft.



Abbildung 23: Bekanntheit der „BAFA-Energieberatung“

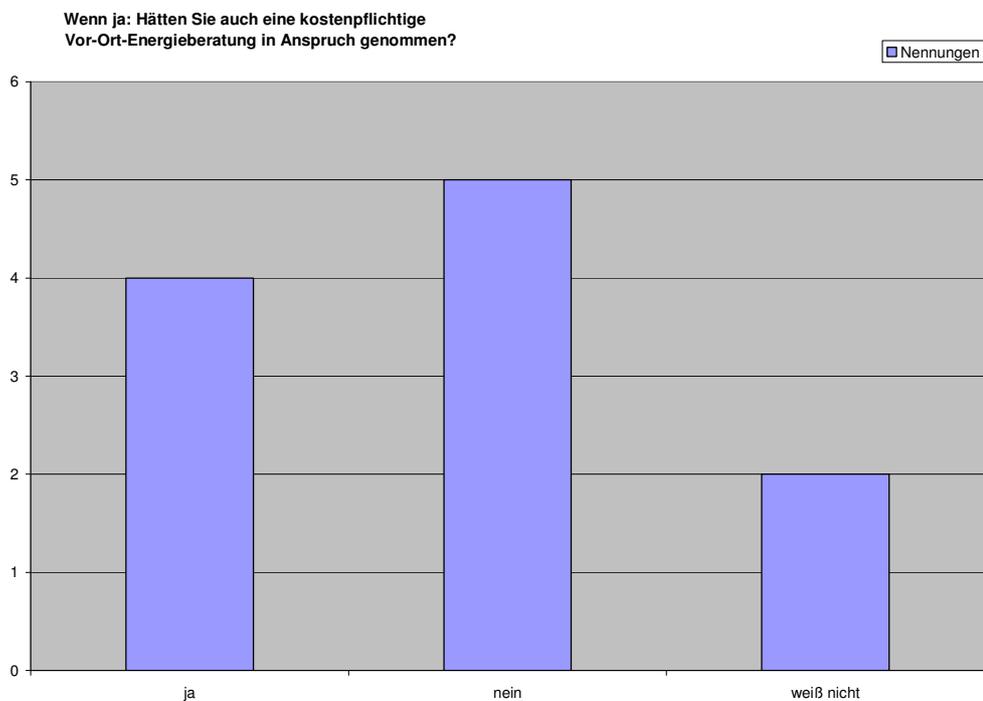


Abbildung 24: Bereitschaft zur Durchführung einer BAFA-Energieberatung (nur wenn vorher bekannt)

6.5 Erzielte Einspareffekte

Theoretisch hätten – bei zügiger Durchführung der Sanierung – aus den ersten beiden Beratungsstaffeln (2007) bereits Verbrauchsdaten vorliegen können. Leider war dies nur in einem Fall gegeben, da ein Großteil der Maßnahmen zu Beginn des Abrechnungszeitraums 2008/2009 (dem auf Grund der Projektlaufzeit einzig möglichen Abrechnungszeitraum zur Ermittlung des Verbrauchs nach Sanierung) doch noch nicht abgeschlossen waren.

Da vollständige Verbrauchsangaben nur von einem Beratungsfall vorliegen, wird auf eine aufwändige Auswertung (incl. Witterungsbereinigung) verzichtet. Immerhin haben jedoch 5 von 19 der Befragten angegeben, dass Ihrer Einschätzung nach die prognostizierten Einsparungen zumindest teilweise eingetreten sind.

7 Resümee

Mit der Inszenierung einer begrenzten Zahl kostenloser Vor-Ort-Energieberatungen wurden mehrere Ziele verfolgt:

- Erhöhung der Anzahl an Vor-Ort-Energieberatungen
- Ansprache zusätzlicher Zielgruppen
- Erhöhung der Zahl qualifizierter energetischer Gebäudesanierungen
- Erhöhung der Bekanntheit von Vor-Ort-Beratungen
- Verbreitung von Informationen über Einsparpotenziale und die Bedeutung einer Vor-Ort-Gebäudeenergieberatung als Entscheidungsgrundlage vor einer Sanierung

Die Befragung der Beratungsempfänger hat gezeigt, dass mit Hilfe der Kampagne vor allem Haushalte eine Vor-Ort-Gebäudeenergieberatung erhalten haben, die ansonsten keine Beratung in Anspruch genommen hätten. Trotzdem konnte die in der Evaluation der BAFA-Beratung konstatierte hohe Sanierungsquote von 95% im Anschluss an eine Vor-Ort-Energieberatung auch mit der GEKKO-Beratungskampagne erreicht werden. Die hierdurch induzierten Sanierungsvorhaben wären andernfalls gar nicht oder mit zeitlicher Verzögerung durchgeführt worden. Die Wegweiser- und Scharnier-Funktion der Vor-Ort-Energieberatung zur Umsetzung konzeptionell ausgereifter und qualifizierter energetischer Sanierungen wird einmal mehr bestätigt. Obwohl die vergleichsweise geringe Anzahl von 21 Beratungsfällen (auf Grund des begrenzten Finanzrahmens) nur eingeschränkt verallgemeinerungsfähig ist, liegt die These nahe, dass eine Erhöhung der Beratungsquote über die durch die BAFA-Beratung erreichbare Zielgruppe hinaus¹⁵ ein effektiver Weg zur Steigerung der Anzahl energetischer Sanierungen und damit zur Verbesserung des Klimaschutzes ist.

Ein weiterer Effekt dieses Praxismoduls ergibt sich daraus, dass die exemplarisch durchgeführten Beratungen nicht nur dokumentiert, für Laien verständlich aufbereitet und

¹⁵ Die Begrenzungen bestehen v.a. in finanzieller Hinsicht (Kosten der BAFA-Beratung) sowie im nach wie vor unbefriedigenden Bekanntheitsgrad der Vor-Ort-Energieberatung. In beiden Fällen können lokale Kampagnen Abhilfe schaffen.

jederzeit abrufbar sind (sog. „Beratungssteckbriefe“ auf der GEKKO-Homepage), sondern zusätzlich über das Medium KoBE-TV im Detail portraitiert wurden. Stets am Ende einer Ausgabe des Verbrauchermagazins wurde ein Beratungsfall von dem betreffenden Berater vorgestellt. Diese Maßnahme sollte in Verbindung mit dem Umstand, dass die Auswahl der 21 Objekte weitgehend repräsentativ für den Oldenburger Gebäudebestand ist (zumindest im Segment der Ein- und Zweifamilienhäuser, die potenziell für eine Sanierung in Frage kommen), einen inspirierenden Effekt haben: Selbst bei jenen, die (noch) nicht sensibilisiert für die Thematik sind und die eine z.B. 50%-prozentige Energieeinsparung als Beratungsergebnis für ein Gebäude zur Kenntnis nehmen, das ihr eigenes sein könnte, sollte Interesse geweckt werden.

Aus den Erfahrungen der GEKKO-Beratungskampagne wird jedoch auch weiteres Optimierungspotenzial deutlich. Vor allem sollten nachbarschafts- und milieuspezifische Kommunikationskanäle aktiver genutzt werden, um Bekanntheit und Nutzen der Vor-Ort-Energieberatung weiter zu steigern. Die wesentliche Herausforderung ist, „zu den Menschen zu gelangen“ und sie in ihren sozialen Netzwerken direkt vor Ort zu erreichen (vgl. ISOE 2010, S. 37, vgl. die Ergebnisse der GEKKO-Nutzerbefragung i.R.d. Basisstudie 2). Mit Vor-Ort-Informationsveranstaltungen und/oder Informationsständen¹⁶, möglichst in Kooperation einem in der Nachbarschaft verwurzelten Akteur (Verein, kirchliche Einrichtung, o.ä.), flankiert durch Poster, Handzettel und das nach außen hin sichtbare Auftreten des Energieberaters sollte versucht werden, die Kommunikation in der Nachbarschaft zum Thema Energieberatung und -sanierung zu aktivieren mit dem Ziel, dass lokale „Early Adopter“ zu Vorbildern für Nachbarn und Bekannte werden. Dabei sollte bei Interesse auch die Möglichkeit genutzt werden, so genannte „Wohnzimmervorträge“ zu organisieren (hierbei bietet der Energieberater z.B. dem Beratungsempfänger einen kostenlosen Zusatztermin in dessen Haus an zur Information von Nachbarn und weiteren Bekannten).

Solche Aktivitäten sind am effektivsten durch lokale bzw. regionale Netzwerke und/oder Agenturen zu realisieren, die imstande sind, ein Mindestmaß an Neutralität und Qualität zu garantieren und eine Vertrauensbasis (Reputation) aufzubauen (vgl. die Ausführungen hierzu in der Basisstudie 2 bzw. in Kapitel 3.2.4. des GEKKO-Abschlussberichtes). Auf diesem Weg kann mit einem gezielten Einsatz zusätzlicher regionaler Fördermittel in Ergänzung zu den bereits bestehenden Informations-, Beratungs- und Förderinstrumenten eine effektive Steigerung der Beratungs- und Sanierungsquote zur Verbesserung des allgemeinen Gebäudeenergiestandards in einer Kommune erreicht werden.¹⁷

Hierbei ist es wichtig, das gesamte Spektrum von der Einstiegsberatung über die Baubegleitung bis zur Qualitätssicherung abzudecken. Insbesondere sollte die hier im Fokus stehende qualifizierte Vor-Ort-Gebäudeenergieberatung unbedingt um eine niedrigschwellige Erstberatung ergänzt werden, um noch mehr Haushalte zu erreichen.

¹⁶ Die Erfahrung zeigt, dass zentrale Veranstaltungen zu einem erheblichen Teil von Interessenten besucht werden, die bereits mit dem Thema vertraut sind (vgl. Kapitel 2.3.2. des GEKKO-Abschlussberichtes).

¹⁷ Dies zeigen u.a. die erfolgreichen Aktivitäten in Hannover und Bremen, vgl. z.B. <http://www.bremer-modernisieren.de>, <http://www.proklima-hannover.de>.

Das Hauptziel sollte sein, möglichst jene kritische Masse an Haushalten zu erreichen, die vor Ort, in der Nachbarschaft, im Quartier selbstständig einen Diffusionsprozess (bezüglich Information, Beratung, Sanierung) in Gang setzen und diese – mit einem gewissen Maß an Unterstützung durch externe Fachleute oder durch eine „Leitstelle“ bzw. Energieagentur – aufrecht erhalten kann.

8 Literatur

ifeu (2005): Evaluation der stationären Energieberatung der Verbraucherzentralen, des Deutschen Hausfrauenbundes Niedersachsen und des Verbraucherservice Bayern, Endbericht, ifeu-Institut für Umweltforschung Heidelberg GmbH in Zusammenarbeit mit TNS Emnid, Heidelberg, Dezember 2005.

ifeu (2008): Evaluation des Förderprogramms „Energieeinsparberatung vor Ort“, Schlussbericht, ifeu-Institut für Umweltforschung Heidelberg GmbH in Zusammenarbeit mit TNS Emnid, Heidelberg, Juni 2008.

Institut der deutschen Wirtschaft (2010): Wohngebäudesanierer-Befragung 2010, Hintergründe und Motive zur energetischen Sanierung des Wohnungsbestands, Institut der deutschen Wirtschaft Köln und KfW-Bankengruppe, Frankfurt am Main, Juli 2010.

ISOE (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. Institut für sozial-ökologische Forschung ISOE im Rahmen des Forschungsprojektes „ENEf-Haus – Energieeffiziente Modernisierung im Gebäudebestand bei Ein- und Zweifamilienhäusern“, gefördert vom BMBF, Frankfurt am Main April 2009.

ISOE (2010): Handlungsmotive, -hemmnisse und Zielgruppen für eine energetische Gebäudesanierung – Ergebnisse einer standardisierten Befragung von Eigenheimsanierern. Institut für sozial-ökologische Forschung ISOE im Rahmen des Forschungsprojektes „ENEf-Haus“, Frankfurt am Main April 2009.

Steinberger-Wilckens/Westkämper (2000): Klimaschutzkonzept 2000 für die Stadt Oldenburg. Überarbeitete und ergänzte Originalfassung, Oldenburg.

GEKKO – Gebäude, Klimaschutz und Kommunikation in Oldenburg
BERATUNGSKAMPAGNE: Teilnahme-Coupon
NUR ZUR DOKUMENTATION – DIE BEWERBUNGSFRISTEN SIND ABGELAUFEN

Im Rahmen des Forschungsprojektes GEKKO werden fünf kostenlose Vor-Ort-Energieeinsparberatungen ausgelobt. Bewerben können sich Oldenburger Wohnhausbesitzer, die noch keine sog. BAFA-Energieberatung in Anspruch genommen haben. Benötigt wird ein Foto des Hauses (Außenaufnahme), das auch digital per Email übermittelt werden kann. Vorausgesetzt wird das Einverständnis, dass die Beratungen für wissenschaftliche Zwecke dokumentiert werden (auf Wunsch selbstverständlich anonym). Zur Beratung müssen die Energierechnungen der letzten drei Jahre verfügbar sein. Die Auswahl der fünf Beratungen erfolgt durch ein Expertenteam. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Geben Sie den ausgefüllten Coupon nebst Foto in der Geschäftsstelle der NWZ ab oder mailen Sie ihn an info@gekko-oldenburg.de **bis zum 2. März**. Haben Sie weitere Fragen? Rufen Sie uns an unter 798-4896 oder besuchen Sie <http://www.gekko-oldenburg.de>.

Baujahr Ihres Hauses:	Nutzen Sie das Gebäude selbst? <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein	
Anzahl der Bewohner:.....	Steht Ihr Haus unter Denkmalschutz? <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein	
Wohnfläche des Hauses (ungefähr):qm	davon beheizt:.....qm	Anzahl der Wohnungen:
Liegen Bauzeichnungen mit Maßangaben vor? <input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> aktuelle Bauzeichnungen vorhanden	<input type="checkbox"/> nein
Falls Sie Ihren Energieverbrauch kennen, wie hoch war er [in kWh] 2004..... 2005..... 2006.....		
Angaben zur Bauweise des Hauses		
<input type="checkbox"/> Massivhaus mit einschaligem Mauerwerk	<input type="checkbox"/> Einscheibenverglasung	<input type="checkbox"/> Flachdach
<input type="checkbox"/> Massivhaus mit zweischaligem Mauerwerk	<input type="checkbox"/> Zweisheibenverglasung	<input type="checkbox"/> Geneigtes Dach
<input type="checkbox"/> Fertighaus	<input type="checkbox"/> Isolierverglasung	<input type="checkbox"/> Unterkellerung
Angaben zur Haustechnik		
<input type="checkbox"/> Ofenheizung	<input type="checkbox"/> Etagenheizung	<input type="checkbox"/> Zentralheizung (Luft- oder Warmwasserheizung)
Energieträger: <input type="checkbox"/> Gas	<input type="checkbox"/> Öl	<input type="checkbox"/> Holz <input type="checkbox"/> Strom
Wurden schon energetische Sanierungsmaßnahmen durchgeführt? <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein		
Falls ja welche:		
<input type="checkbox"/> Fenster, Jahr:	<input type="checkbox"/> Außenwand, Jahr:	<input type="checkbox"/> Dach, Jahr:
<input type="checkbox"/> Heizung, Jahr:	<input type="checkbox"/> Bodenfläche, Jahr:	
Wären Sie bereit, die Beratung nicht nur wissenschaftlich (auf Wunsch anonym), sondern auch für eine Reportage des Lokalfernsehens dokumentieren zu lassen? <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein		
Was ist Ihre Motivation, sich um eine Energieberatung zu bewerben (Stichworte reichen)?		
Name:..... Straße:		
Postleitzahl: Telefon: E-Mail-Adresse:		

Umfrage zur GEKKO-Beratungskampagne

Die Auswertung dient ausschließlich wissenschaftlichen Zwecken.
Wir geben keine personenbezogenen Daten an Dritte weiter. Der Energieberater erhält von Ihrer Beurteilung nur Kenntnis, wenn Sie damit einverstanden sind.

Bitte senden Sie diesen Fragebogen möglichst bis zum 14.12.2009 per Email oder Briefpost zurück an:

- carsten.sperling@uni-oldenburg.de bzw.

- Carsten Sperling, Fakultät II, Carl von Ossietzky Universität, 26111 Oldenburg

0. Persönliche Angaben / Information des Energieberaters

Ihr Name

Ihre Anschrift

Ich bin / wir sind damit einverstanden, dass der Energieberater über die Beurteilung informiert wird.

ja

nein

1. Wie zufrieden sind Sie mit der Energieberatung insgesamt?

sehr zufrieden

eher zufrieden

weniger zufrieden

nicht zufrieden

weiß nicht

Wenn Sie weniger oder nicht zufrieden sind: was sind die Gründe hierfür? (ref. IFEU 59f)

2. Wie beurteilen Sie im Nachhinein die folgenden Eigenschaften und Merkmale der Energieberatung bzw. des Energieberaters

(bitte Schulnoten von 1 bis 6 angeben; 1=sehr gut, 6=ungenügend):

Persönlicher Nutzen der Information

Unabhängigkeit von Verkaufsinteressen

Fachliche Kompetenz

Eingehen auf Fragen und Bedürfnisse

Erläuterungen von Fragen direkt am Gebäude (-teil)

Verständlichkeit des Beratungsberichts

Verständlichkeit der Erläuterungen (Abschlussgespräch bei Berichtsübergabe)

3. Hatte die Energieberatung eine wegweisende Funktion, um – auch vor dem Hintergrund bestehender Förderprogramme – die für Sie optimalen Maßnahmen herauszufinden?

- ja, sehr eher ja eher nein nein weiß nicht

4. Würden Sie eine solche Energieberatung grundsätzlich weiter empfehlen, auch wenn sie Geld kostet?

- ja nein weiß nicht

Wenn ja, welcher Preis wäre Ihrer Meinung nach für eine solche Beratung angemessen?

- bis 100 € 101-200 € 201-300 € 301-400 € 401-500 € 501-600 € weiß nicht

5. Fragen zur Energieberatung in der Nachbarschaft, im Bekannten- und Familienkreis

Kennen Sie Haushalte, die vor Ihnen bereits eine Energieberatung in Anspruch genommen haben (wenn ja, bitte eine Zahl angeben, ggf. schätzen)?

- ja, und zwar ... nein

Beratungen in der Nachbarschaft

Beratungen im Familienkreis

Beratungen im Kreis der Arbeitskollegen

Beratungen im Freundes-/Bekanntenkreis

Beratungen andernorts, nämlich

Die Erfahrungen waren überwiegend (bitte ein Kreuz)

- sehr positiv eher positiv "teils-teils" eher negativ negativ weiß nicht

Kennen Sie Haushalte, die nach Ihnen eine Energieberatung in Anspruch genommen haben (wenn ja, bitte eine Zahl angeben, ggf. schätzen)?

- ja, und zwar ... nein

Beratungen in der Nachbarschaft

Beratungen im Familienkreis

Beratungen im Kreis der Arbeitskollegen

Beratungen im Freundes-/Bekanntenkreis

Beratungen andernorts, nämlich

Die Erfahrungen waren überwiegend (bitte ein Kreuz)

- sehr positiv eher positiv "teils-teils" eher negativ negativ weiß nicht

Haben Sie während oder nach der Beratung andere Hausbesitzer *von sich aus* angesprochen und sie auf die Möglichkeit einer Energieberatung hingewiesen (bitte alle zutreffenden Aussagen ankreuzen)?

nein

ja, in der Nachbarschaft

ja, im Familienkreis

ja, im Kreis der Arbeitskollegen

ja, im Freundes-/Bekanntenkreis

ja, andernorts, nämlich

Wurden Sie während oder nach der Beratung *von anderen Hausbesitzern* angesprochen, die sich an der bei Ihnen durchgeführten Energieberatung interessiert gezeigt haben?

nein

ja, aus der Nachbarschaft

ja, aus dem Familienkreis

ja, von Arbeitskollegen

ja, im Freundes-/Bekanntenkreis

ja, von anderen, nämlich

6. Haben Sie *nach der Vor-Ort-Energieberatung* an Ihrem Haus bauliche Maßnahmen zur Energieeinsparung durchgeführt oder haben Sie diese zumindest fest geplant ? (innerhalb der kommenden 2 Jahre)

ja, und zwar alle

ja, einige

nein

Wenn ja: welche der folgenden Energiesparmaßnahmen haben Sie durchgeführt oder fest geplant?

Wärmedämmung der Außenwand

durchgeführt fest geplant

Wärmedämmung des Daches oder der obersten Geschossdecke

durchgeführt fest geplant

Wärmedämmung der Bodenplatte oder der Kellerdecke

durchgeführt fest geplant

Erneuerung der Fenster

durchgeführt fest geplant

Einbau einer neuen Heizung

durchgeführt fest geplant

Maßnahmen an der Heizung

durchgeführt fest geplant

Einbau einer Solaranlage zur Wärmeerzeugung
(Warmwasser und/oder Heizungsunterstützung)

durchgeführt fest geplant

Sonstiges, nämlich

durchgeführt fest geplant

Wenn keine bauliche Energiesparmaßnahme durchgeführt wurde oder geplant ist: Was sind die Gründe, den Vorschlägen des Energieberaters nicht zu folgen (Mehrfachnennungen möglich)?

- Das vorgeschlagene Maßnahmenpaket ist zu teuer bzw. für mich / für uns zur Zeit nicht finanzierbar.
- Das vorgeschlagene Maßnahmenpaket lohnt sich nicht auf Grund der Lebenssituation:
Die Amortisationszeit ist länger als die Zeit, die ich/wir wahrscheinlich in diesem Haus wohnen werde(n).
- Das vorgeschlagene Maßnahmenpaket rechnet sich für mich/uns nicht (zu geringer Einspareffekt).
- Das vorgeschlagene Maßnahmenpaket oder einzelne Maßnahmen daraus sind aus meiner/unserer Sicht inhaltlich nicht sinnvoll oder nicht nachvollziehbar.
- Die Beratung hat keine Klärung gebracht. Ich/wir wissen nicht, was jetzt zu tun ist.
- Das gesamte Paket ist nicht umsetzbar. Ich/wir würde(n) ja eine oder mehrere der vorgeschlagenen Maßnahmen durchführen. Ich fühle mich /wir fühlen uns aber nicht ausreichend informiert, um eine fachgerechte Auswahl zu treffen.
- Die Energieberatung ist zu wenig auf meine/unsere persönliche Situation eingegangen.
- Sonstiges:

Unabhängig von der Durchführung baulicher Maßnahmen zur Energieeinsparung: Hat die Energiesparberatung in Ihrem Haushalt dazu geführt, dass Sie durch Verhaltensänderung versuchen, mehr Energie als vorher einzusparen?

- ja, trifft zu nein, trifft nicht

7. Hatten Sie vor der Energieberatung bereits konkrete bauliche Maßnahmen ins Auge gefasst?

- ja, alle ja, einige nein

Wenn ja: Kreuzen Sie bitte alle der folgenden Aussagen an, die für Sie zutreffen:

- Die Beratung hat keinen bzw. kaum einen Effekt auf die durchgeführte oder fest geplante Sanierung gehabt.
- Die Beratung hat weitere Informationen geliefert und mich/uns bestärkt, die energetische Sanierung zügig anzugehen.
- Zumindest ein Teil der Maßnahmen wird auf Grund der Beratung früher realisiert als ursprünglich vorgesehen.
- Zumindest bei einem Teil der Maßnahmen wird auf Grund der Beratung ein höherer energetischer Standard als ursprünglich vorgesehen realisiert (bitte kurz benennen, z.B. „höhere Dämmstärke bei Außenwanddämmung“)

7. Fragen zum Förderprogramm des BAFA

Kennen Sie das Förderprogramm des BAFA, das eine Vor-Ort-Energieberatung an Gebäuden bezuschusst?

ja nein

Wenn ja: hätten Sie persönlich auch eine kostenpflichtige Vor-Ort-Energieberatung mit dem 50%igen Zuschuss des BAFA (z.Zt. max. 300 € + leistungsabhängiger Bonus von max. 150 € pro Beratung) in Anspruch genommen (Kosten für Sie: ca. 350 €)?

ja nein weiß nicht

8. Welche Möglichkeiten zur Verbesserung der Vor-Ort-Energieberatung sehen Sie noch?

9. Haben Sie weitere Anregungen oder Hinweise, z.B. zur Medienbegleitung (Beratungssteckbriefe auf der GEKKO-Webseite, Vorstellung im Verbrauchermagazin KoBE-TV) ?

Wenn Sie auf Grund der GEKKO-Energieberatung bereits Sanierungsmaßnahmen umgesetzt haben (siehe Frage 6), dann bitten wir Sie zusätzlich noch um Beantwortung der folgenden Fragen:

10. Ermittlung der Einspareffekte

Sind nach Ihrer Einschätzung die prognostizierten Einsparungen eingetreten?

- ja teilweise nein weiß nicht

Wurden Sanierungsmaßnahmen vor Beginn der Heizperiode 2008/2009 abgeschlossen?

- ja nein

Wenn nein, dann ist die Umfrage für Sie an dieser Stelle beendet.

Wenn ja, so bitten wir Sie noch um zusätzliche Angaben, um die Einspareffekte zu beurteilen:

Um welche Maßnahmen handelt es sich?

- Wärmedämmung der Außenwand Erneuerung der Fenster
- Wärmedämmung des Daches oder der obersten Geschossdecke
- Wärmedämmung der Bodenplatte oder der Kellerdecke
- Einbau einer neuen Heizung Maßnahmen an der Heizung
- Einbau einer Solaranlage zur Wärmeerzeugung (Warmwasser und/oder Heizungsunterstützung)
- Sonstiges, nämlich

Energieverbrauch: Zur Ermittlung der *witterungsbereinigten Einspareffekte* bitten wir Sie noch einmal um Mitteilung Ihrer **Wärmeverbrauchswerte**, beginnend mit den Verbrauchswerten der letzten 2 Jahre vor der Sanierung.

	Abrechnungs- zeitraum	Wärmeenergieverbrauch in Kilowattstunden (kWh)		Warmwasserverbrauch	
		Menge für Tage	errechnete Jahresmenge	enthalten	nicht enthalten
<i>Beispiel</i>	<i>1.7.08 – 19.6.09</i>	<i>30.000</i>	<i>31.000</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 Jahre vor Sanierung				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jahr vor der Sanierung				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sanierungsjahr				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1. Jahr nach Sanierung				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ggf. 2. Jahr n.Sanierung				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Hinweis: Die Angaben finden Sie z.B. in Ihrer EWE-Abrechnung unter „Verbrauchsvergleich“. Wenn Sie keine Angaben zum Kilowattstunden-Verbrauch machen können oder die Tabelle auf Ihre Situation nicht anwendbar ist, setzen Sie sich bitte mit uns in Verbindung (Telefon 0441/798-4896, carsten.sperling@uni-oldenburg.de).

Zur Beurteilung der Einspareffekte bitten wir Sie zusätzlich um folgende Informationen:

Von wann bis wann haben die Sanierungsmaßnahmen gedauert?

von bis

Hat sich der Energieträger (z.B. Erdgas) geändert?

nein ja, und zwar

Hat sich die Nutzung des Gebäudes in den letzten drei Jahren geändert ?

(im Vergleich zu den Angaben aus Ihrer Bewerbung um eine Energiesparberatung, z.B. Größe der Wohnfläche, Zahl der Bewohner/innen)

nein ja, und zwar

Weitere Informationen / Hinweise:

Vielen Dank für Ihre Mitwirkung!

Ihre Angaben und Kommentare helfen uns, die Vor-Ort-Energieberatung zu verbessern.