

GEKKO

Gebäude, Klimaschutz und
Kommunikation in Oldenburg

Das Praxismodul
„Beratungskampagne“
als Kommunikations- und Anreizinstrument
zur energetischen Gebäudesanierung

Carsten Sperling

Carl von Ossietzky Universität Oldenburg



Überblick

- Motivation und Einbettung in den Forschungsrahmen
- Die Beratungskampagne als Kommunikationsinstrument
- Auswertung der Bewerbungen
- Auswertung der Beratungen
- Resümee und Ausblick



Motivation und Einbettung in den Forschungsrahmen

- Ausgangssituation:
Offensichtliche Diskrepanz zwischen der Nachfrage nach Gebäudeenergieberatungen und dem tatsächlichen Beratungs- bzw. Sanierungsbedarf
- Maßnahme:
 - Auslobung von 21 kostenlosen Vor-Ort-Energieberatungen (nach BAFA-Kriterien)
 - im Zuge von insgesamt 4 Beratungsstaffeln (Frühjahr 2007 bis Frühjahr 2009)
 - in Medienpartnerschaft mit Nordwest-Zeitung und Lokalsender Oldenburg eins
 - Auswahl der Beratungsobjekte durch unabhängige Expertenjury (wichtiges Kriterium: Repräsentativität)
 - Zielgruppe: Einfamilienhausbesitzer in Oldenburg (plus direkt angrenzende Gebiete mit Ortsvorwahl 0441)

Motivation und Einbettung in den Forschungsrahmen

- Kommunikationsziele
(Beratungskampagne als Kommunikationsinstrument):
 - Bekanntheit und Diffusion von Beratungsangeboten steigern
 - Nutzen der Beratung anhand der Beratungsergebnisse exemplarisch aufzeigen (Baualtersklassen)
- Erkenntnisinteresse:
 - Einschätzung der Wirkung der Beratungskampagne als Kommunikationsinstrument
 - Interessenlage und Situation der Interessenten/Bewerber und ihrer Gebäude kennen lernen (Auswertung der Bewerbungen)
 - Evaluation des unmittelbaren Effektes der Beratungen
 - Ist die Diffusion der Vor-Ort-Energieberatung Ausschlag gebend für die Diffusion einer effektiven energetischer Gebäudesanierung?

Die Beratungskampagne als Kommunikationsinstrument

- Vorstellung fast aller Beratungen im Verbrauchermagazin KoBE-TV
- Veröffentlichung wesentlicher Ergebnisse in anonymisierter Form als so genannte Steckbriefe auf der GEKKO-Webseite
<http://www.gekko-oldenburg.de>
- Regelmäßige Berichte zum Fortlauf der Beratungskampagne in der Nordwestzeitung
- Steigerung des Bekanntheitsgrades der Beratungen im sozialen Umfeld der Beratungsempfänger
 - Energieberatung in Nachbarschaft / Familie / Freundeskreis zum Thema machen
 - einige Beratungen verliefen so erfolgreich, dass Nachbarn eine gesonderte Veranstaltung mit dem Energieberater organisierten (“Beratungs-Tupperparty”), auf der dieser weitere (kostenpflichtige) Beratungen akquirierte

Die Beratungskampagne als Kommunikationsinstrument

18.9.2007

THEMA DES TAGES	Dienstag WIRTSCHAFT	Mittwoch HINTERGRUND	Donnerstag SCHULE UND WISSEN	Freitag LESERFORUM	Sonnabend STADTKULTUR
--------------------	------------------------	-------------------------	---------------------------------	-----------------------	--------------------------

Geld und Energie sparen: Fünf kostenlose Beratungen

AKTION Zweite Runde im Forschungsprojekt zum Klimaschutz – Teilnahme-Coupon bei der NWZ

VON MICHAEL EXNER

OLDENBURG – Neue Runde – neues Glück: An diesem Dienstag startet der zweite Durchgang des Energiesparwettbewerbs. Wieder gibt es fünf kostenlose Vor-Ort-Energieeinsparberatungen zu gewinnen.

Energie einsparen macht sich bezahlt. Das zu vermitteln ist Kern einer Beratungskampagne von Universität,

dem Kompetenzzentrum Bauen und Energie und der NWZ im Rahmen des Forschungsprojektes Gekko (steht für Gebäude, Klimaschutz und Kommunikation in Oldenburg), das auf zwei Jahre angelegt ist. In diesem Rahmen werden ab sofort fünf kostenlose Energieberatungen im Wert von jeweils 500 Euro ausgelobt – nicht verlost, die Auswahl der fünf Häuser erfolgt durch ein Ex-

pertenteam. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. An der ersten Runde im Frühjahr haben 69 Haushalte teilgenommen.

Und so können Sie gewinnen: Teilnehmen dürfen alle Oldenburger Wohnhausbesitzer, die noch keine sogenannte BAFA-Energieberatung in Anspruch genommen haben. Benötigt wird eine Außenaufnahme des Hauses; vorausgesetzt wird das Einverständnis, dass die Beratungen

für wissenschaftliche Zwecke dokumentiert werden (auf Wunsch anonym). Im Fall einer Beratung müssen die Energierechnungen der letzten drei Jahre verfügbar sein.

Den Teilnahme-Coupon gibt es im Pressehaus der NWZ (Peterstraße 28-34) und im Internet. Er muss bis zum 1. Oktober entweder bei der NWZ abgegeben oder an die Universität gemailt werden unter info@gekko-oldenburg.de

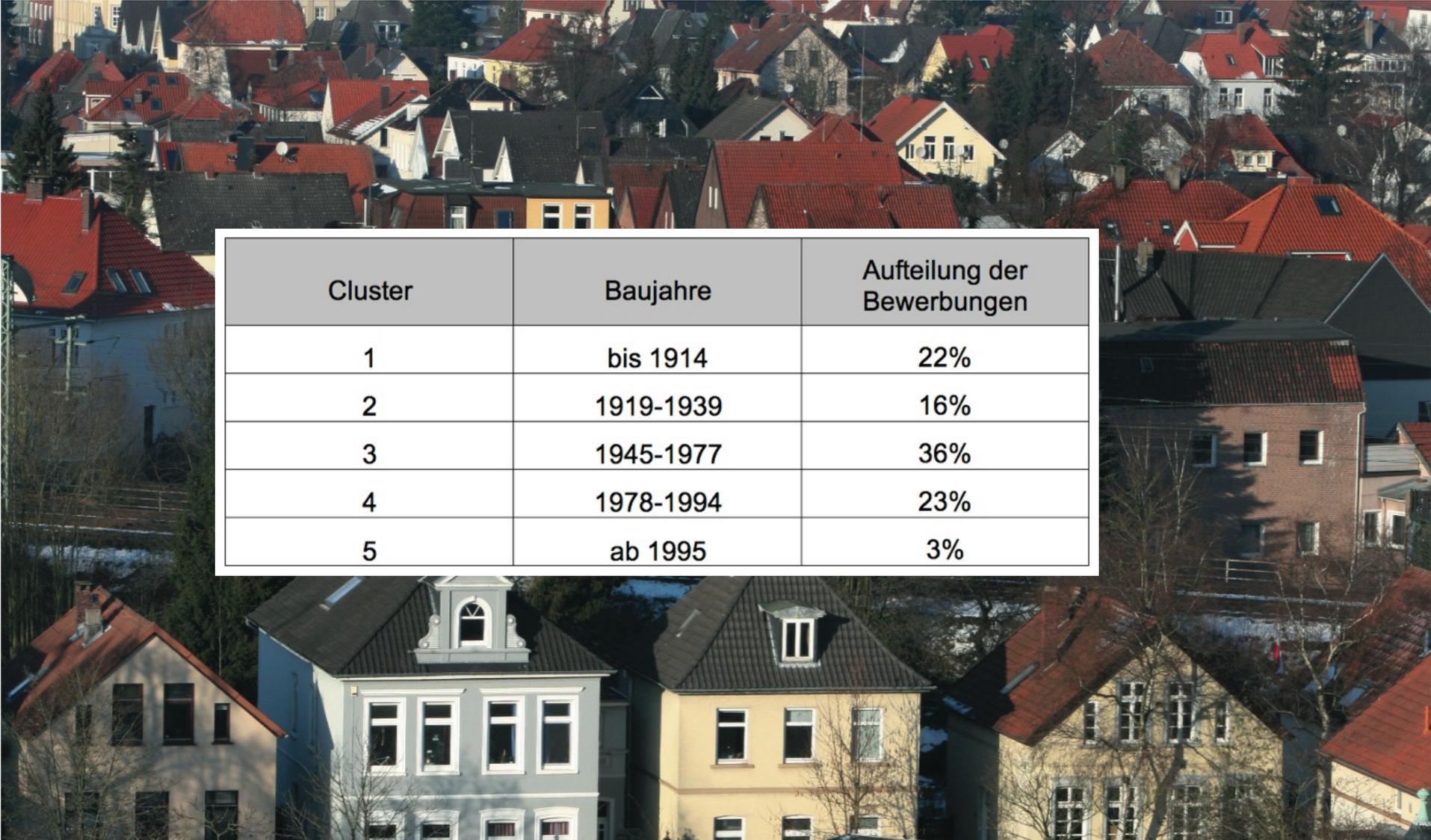
Die Expertenjury wird fünf typische Oldenburger Einfamilienhäuser auswählen, die repräsentativ sind und sich für die wissenschaftliche Begleitung eignen. Wer jetzt kein Glück hat, bekommt noch zwei weitere Chancen. Die Aktion wird im nächsten Jahr wiederholt. Weitere Informationen und den Coupon gibt es unter

@ www.gekko-oldenburg.de

Auswertung der Bewerbungen (1)

- Abgefragte Angaben (Bewerbungscoupon)
 - Baujahr; Angaben zum evtl. bestehenden Denkmalschutz
 - Nutzung des Wohnhauses, Anzahl der Bewohner und der Wohnungen
 - beheizte und unbeheizte Wohnfläche
 - Verfügbarkeit von Bauzeichnungen
 - Energieverbrauch für die letzten drei Abrechnungsperioden
 - Angaben zur Bauweise des Hauses und der Haustechnik
 - Angaben zu eventuell bereits durchgeführten energetischen Sanierungsmaßnahmen
 - Bereitschaft zur Dokumentation der Beratung in lokalen Medien
(zusätzlich zur wissenschaftlichen Dokumentation, die vorausgesetzt wurde)
 - Motivation für die Bewerbung
 - Erhalt einer Vor-Ort-Beratung nach BAFA (Ausschlusskriterium)
 - persönliche Angaben
- Insgesamt gingen 176 Bewerbungen ein

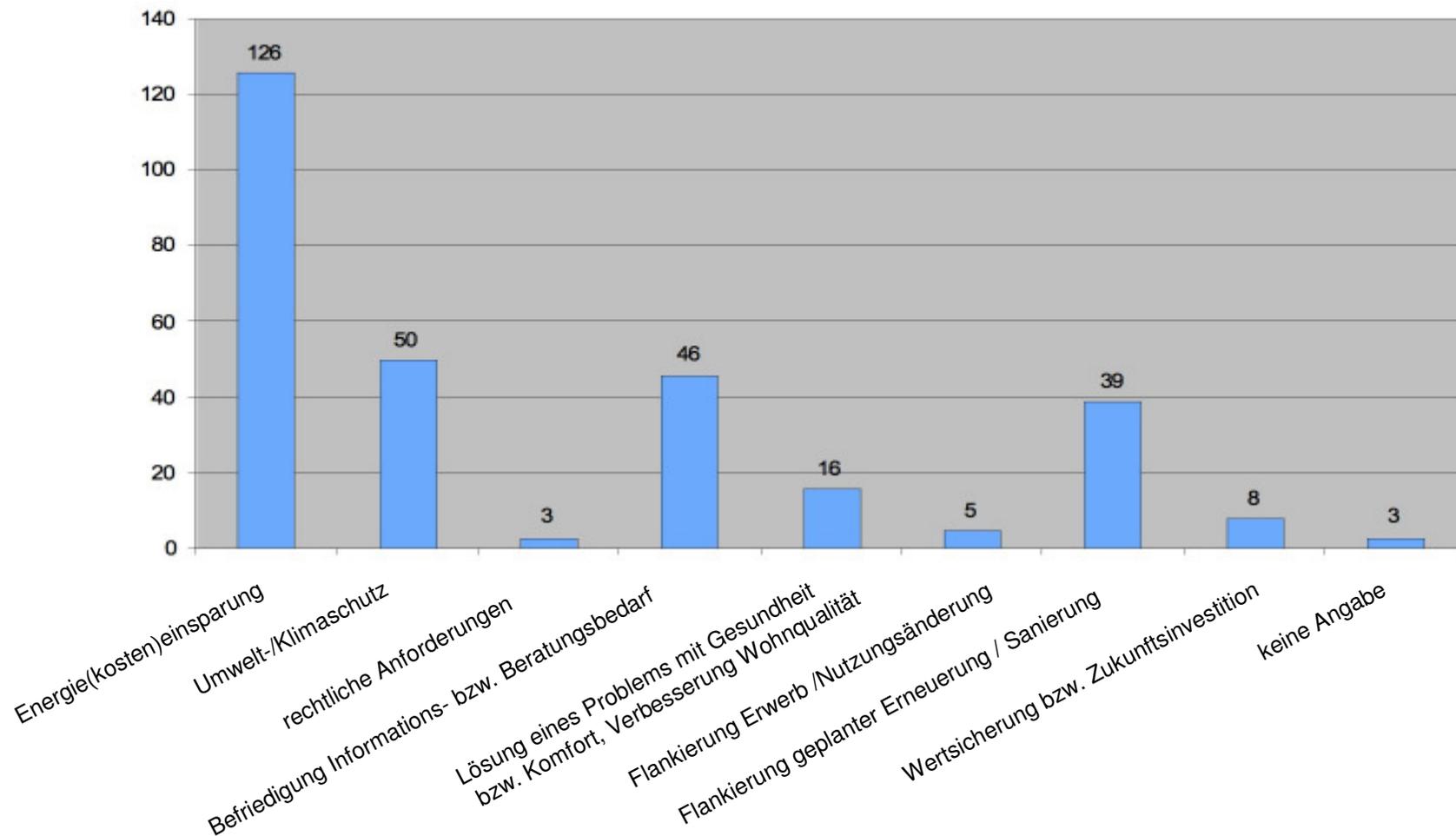
Auswertung der Bewerbungen (2)



Cluster	Baujahre	Aufteilung der Bewerbungen
1	bis 1914	22%
2	1919-1939	16%
3	1945-1977	36%
4	1978-1994	23%
5	ab 1995	3%

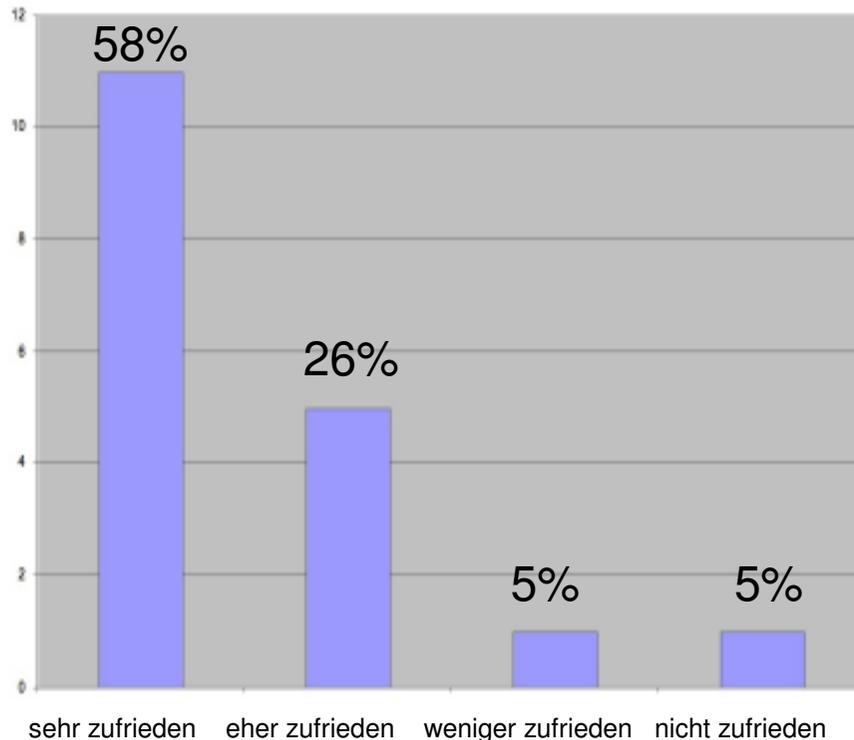
Auswertung der Bewerbungen (3)

- Motivation der Bewerbung um eine Energieberatung (offene Fragestellung)



Auswertung der Beratungen (1)

- Zufriedenheit mit der Energieberatung (n=18)



- Eigenschaften und Merkmale der Beratung bzw. des Beraters (Noten-Durchschnitt)

IFEU:

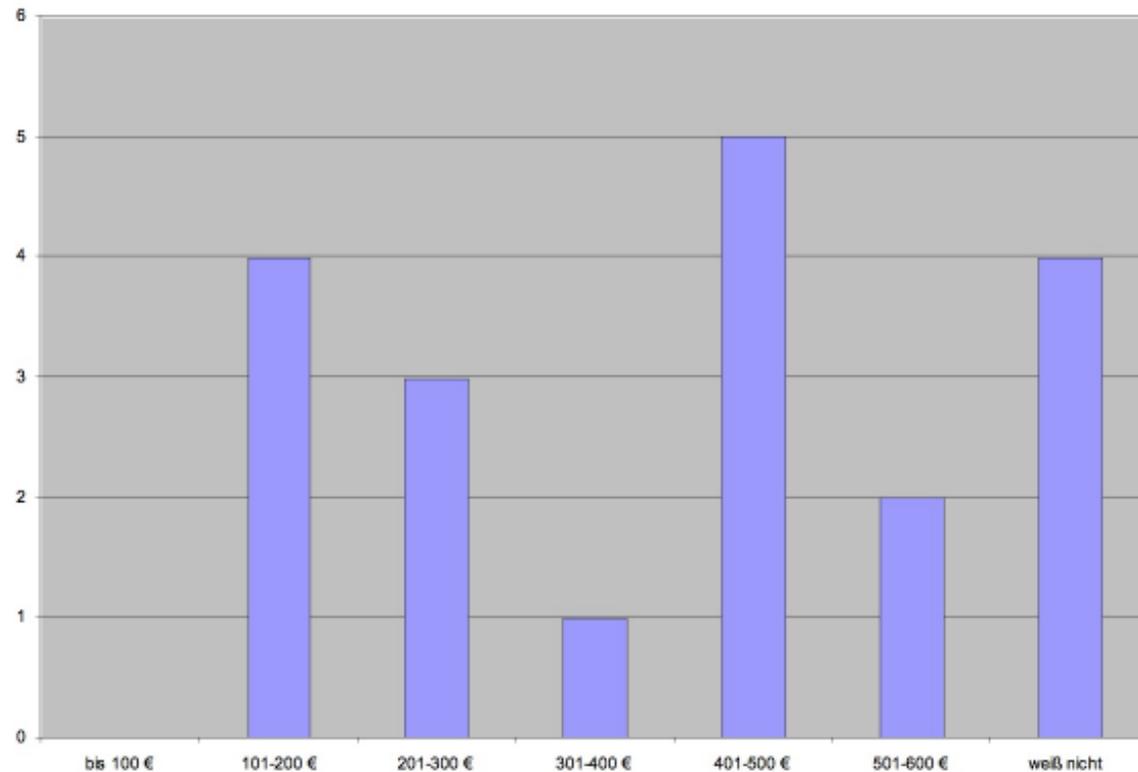
Persönlicher Nutzen	1,8	1,9
Unabhängigkeit von Verkaufsinteressen	1,5	1,4
Fachliche Kompetenz	1,4	1,8
Eingehen auf Fragen und Bedürfnisse	1,6	1,8
Erläuterung von Fragen direkt am Gebäude (-teil)	1,7	1,8
Verständlichkeit des Beratungsberichtes	2,1	2,0
Verständlichkeit der Erläuterungen (Abschlussgespräch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

- Energieberatung hatte für 90% der Beratungsempfänger "wegweisende Funktion"

IFEU: 77%

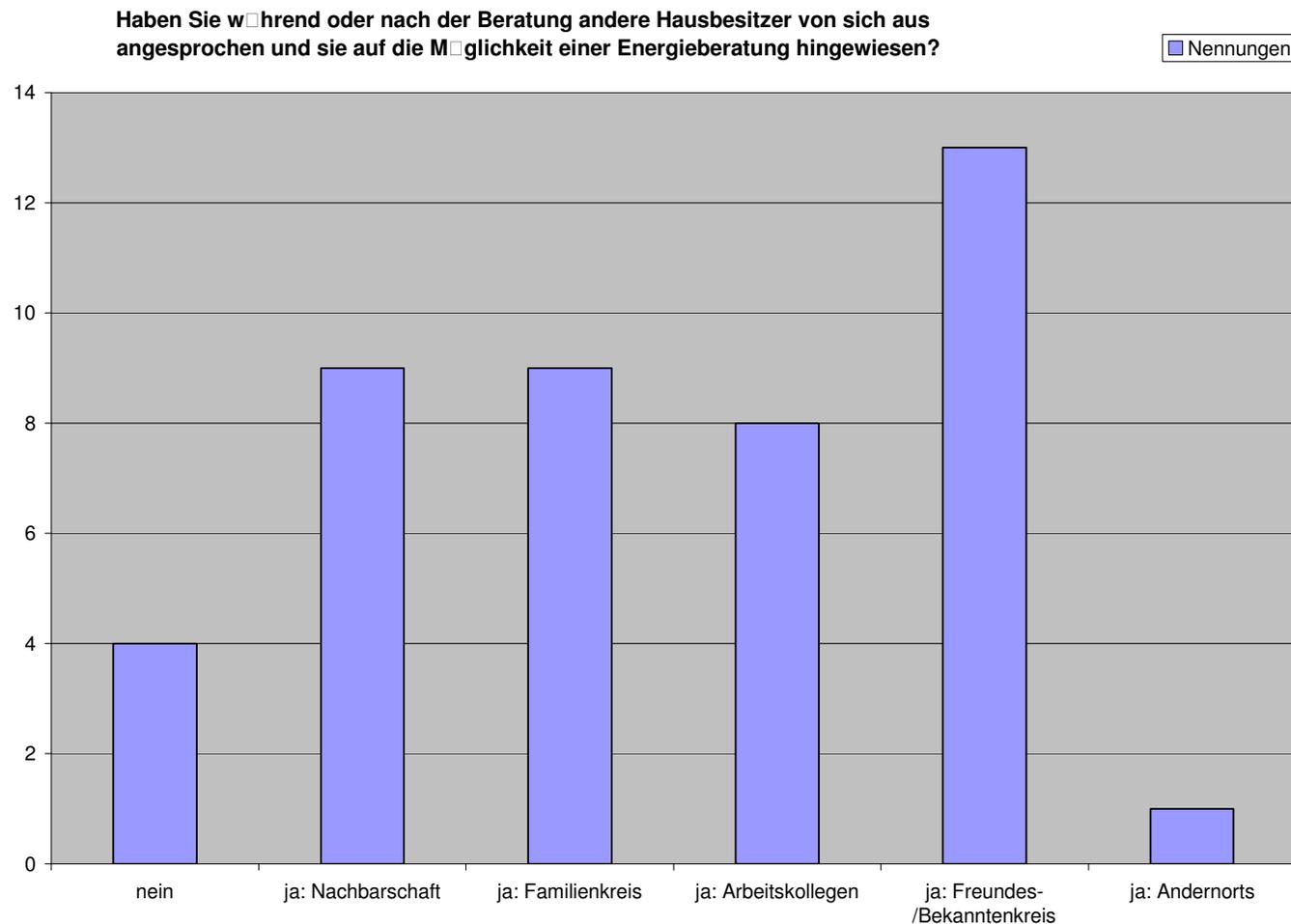
Auswertung der Beratungen (2)

- 90% der Beratungsempfänger würden eine solche Energieberatung weiter empfehlen, auch wenn sie Geld kostet ...
- Die Ansichten über den angemessenen Preis gehen jedoch deutlich auseinander
- Gut 50% der Befragten kennen die BAFA-Beratung, von diesen hätten nur 2 alternativ zur GEKKO-Beratung eine Beratung mit BAFA-Förderung in Auftrag gegeben



Auswertung der Beratungen (3)

- Kommunikation über die Beratung im sozialen Umfeld der Beratungsempfänger



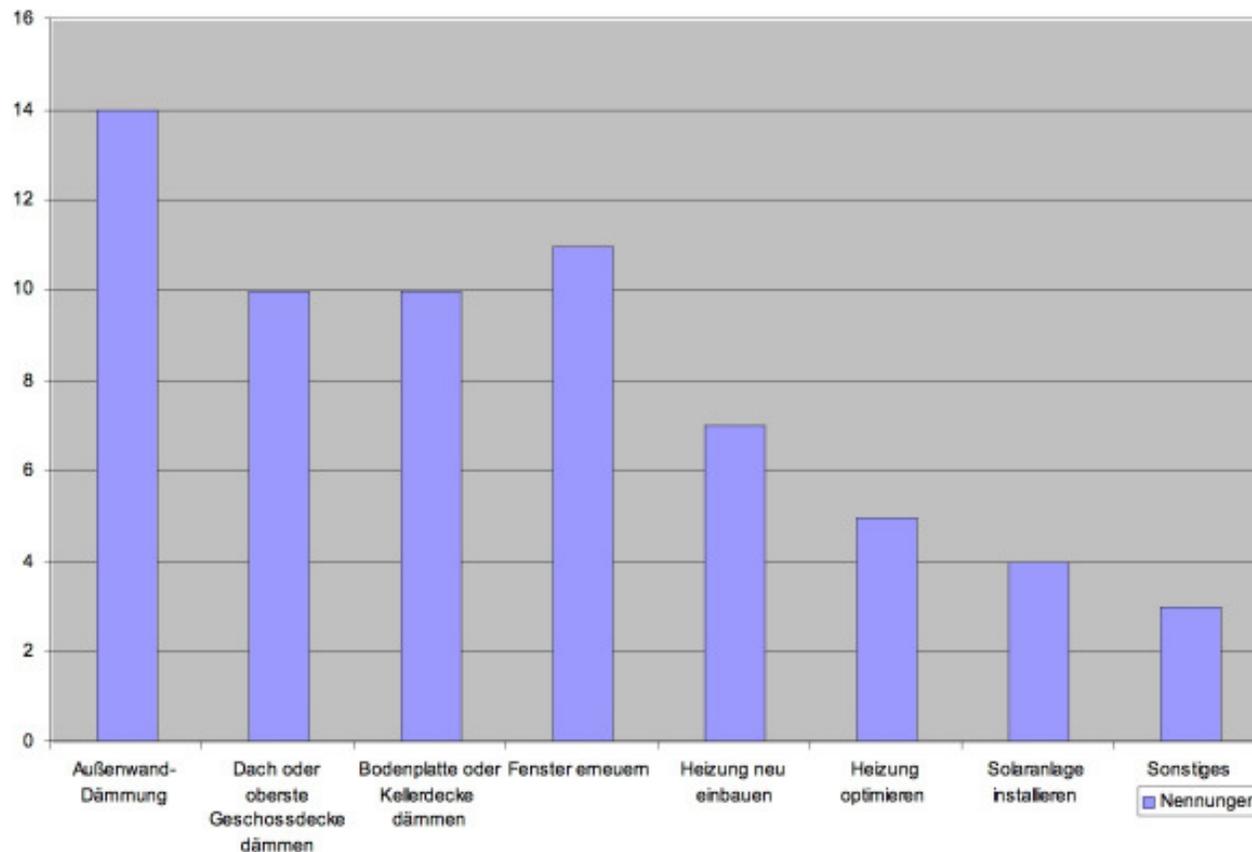
Kenntnis von
anderen Gebäude-
Energieberatungen

vorher: 16%

nachher: 21%

Auswertung der Beratungen (4)

- 95% der Beratungsempfänger haben Sanierungsmaßnahmen durchgeführt oder fest geplant (innerhalb von 2 Jahren)
- 15% haben das gesamte vorgeschlagene Maßnahmenpaket umgesetzt

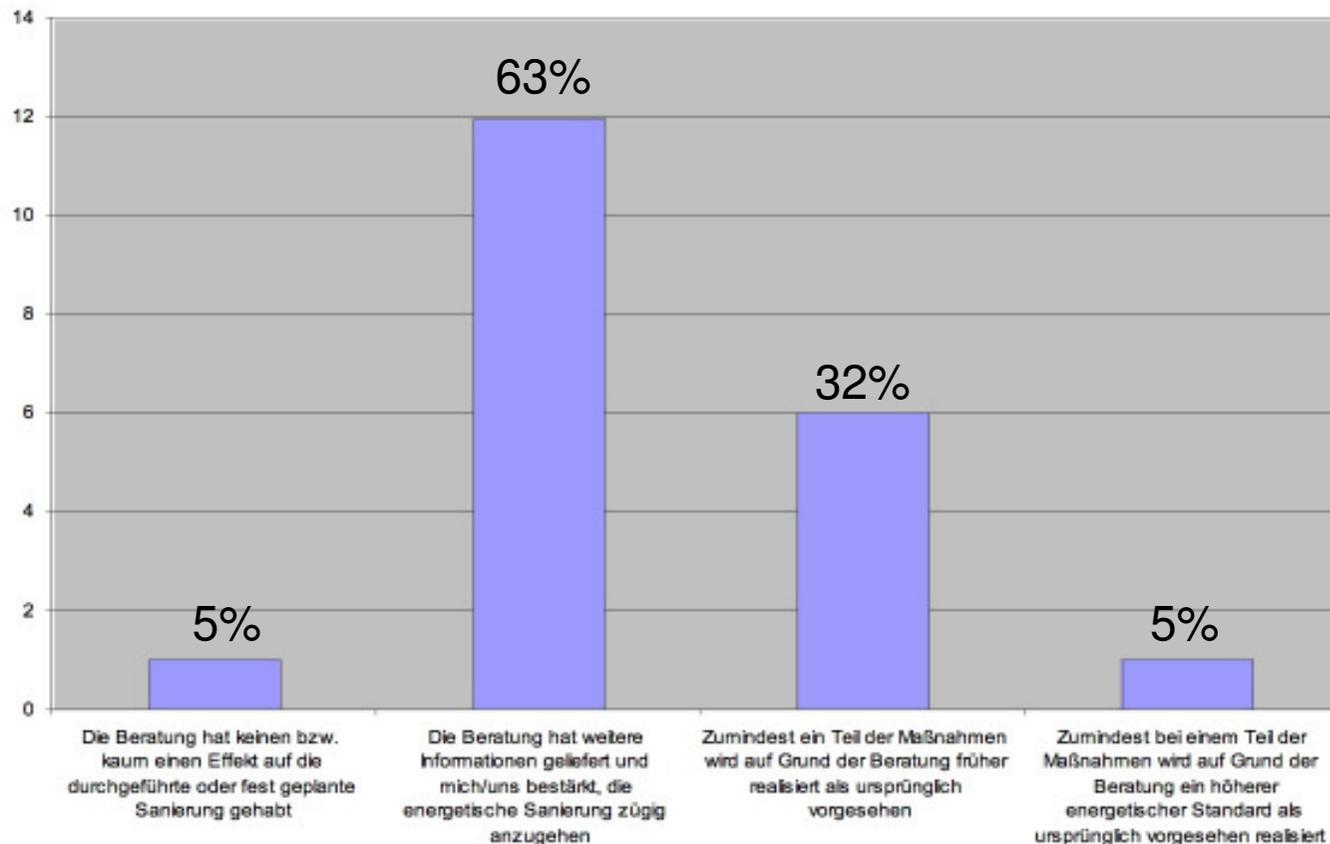


Anzahl Maßnahmen	Nennungen
1	3
2	1
3	7
4	2
5	2
6	2
7	0
8	1

genannte Einzelmaßnahmen

Auswertung der Beratungen (5)

- 21% hatten vor der Energieberatung keine, 63% hatten einige und 15% hatten alle Sanierungsmaßnahmen bereits ins Auge gefasst
- Worin lag für die Sanierungswilligen der Beratungseffekt?



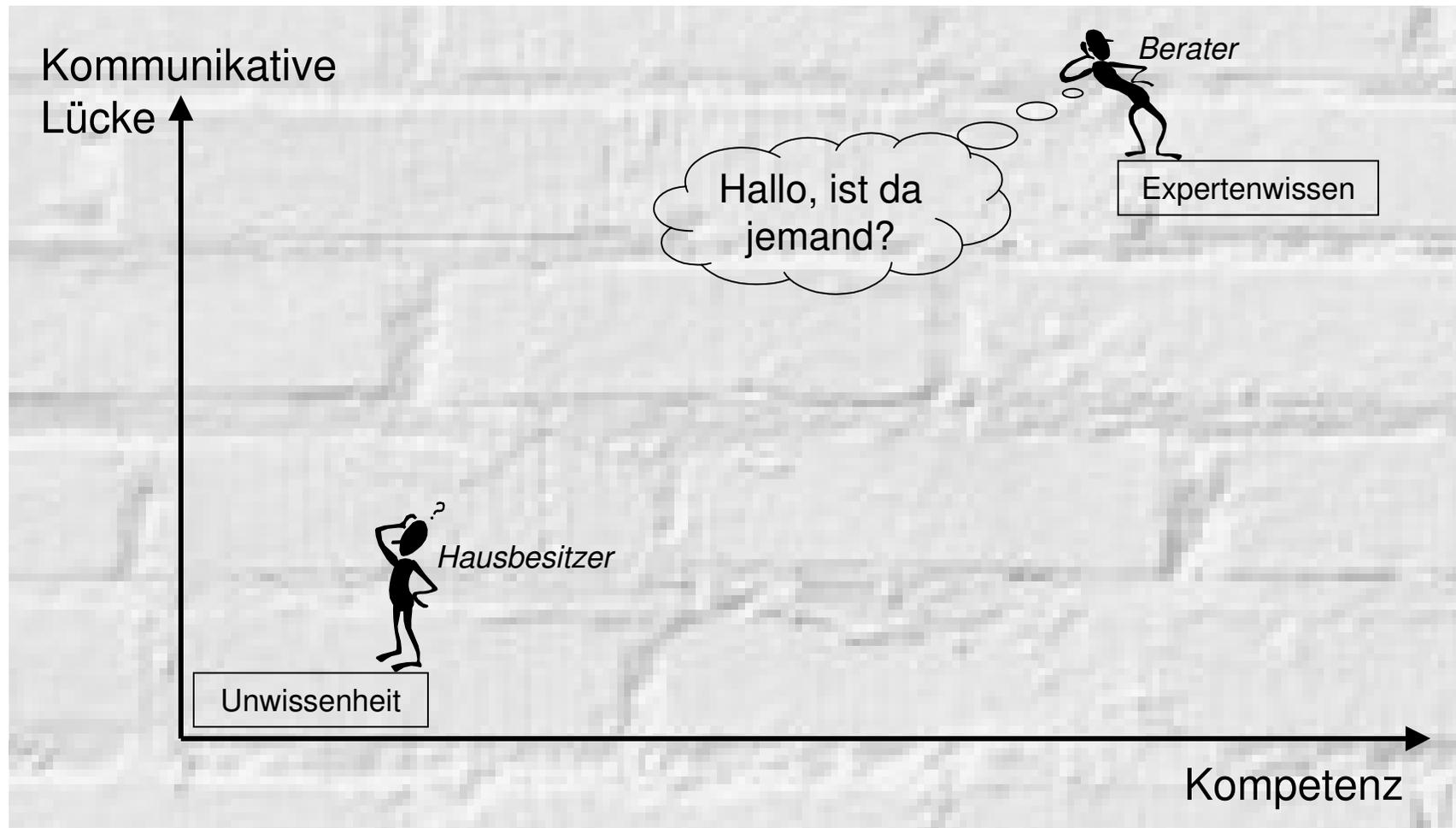
Resümee und Ausblick (1)

- Inszenierung einer begrenzten Zahl stark geförderter oder kostenloser Beratungsangebote erfüllt mehrere Funktionen:
 - Erhöhung der Anzahl an Beratungen
 - Erreichung zusätzlicher Zielgruppen (im Vergleich zur BAFA-Beratung)
 - Steigerung des Bekanntheitsgrades von Beratungsangeboten
 - Verbreitung von Informationen über Einsparpotenziale und die Bedeutung einer Vor-Ort-Gebäudeenergieberatung (Entscheidungsgrundlage vor Sanierung)

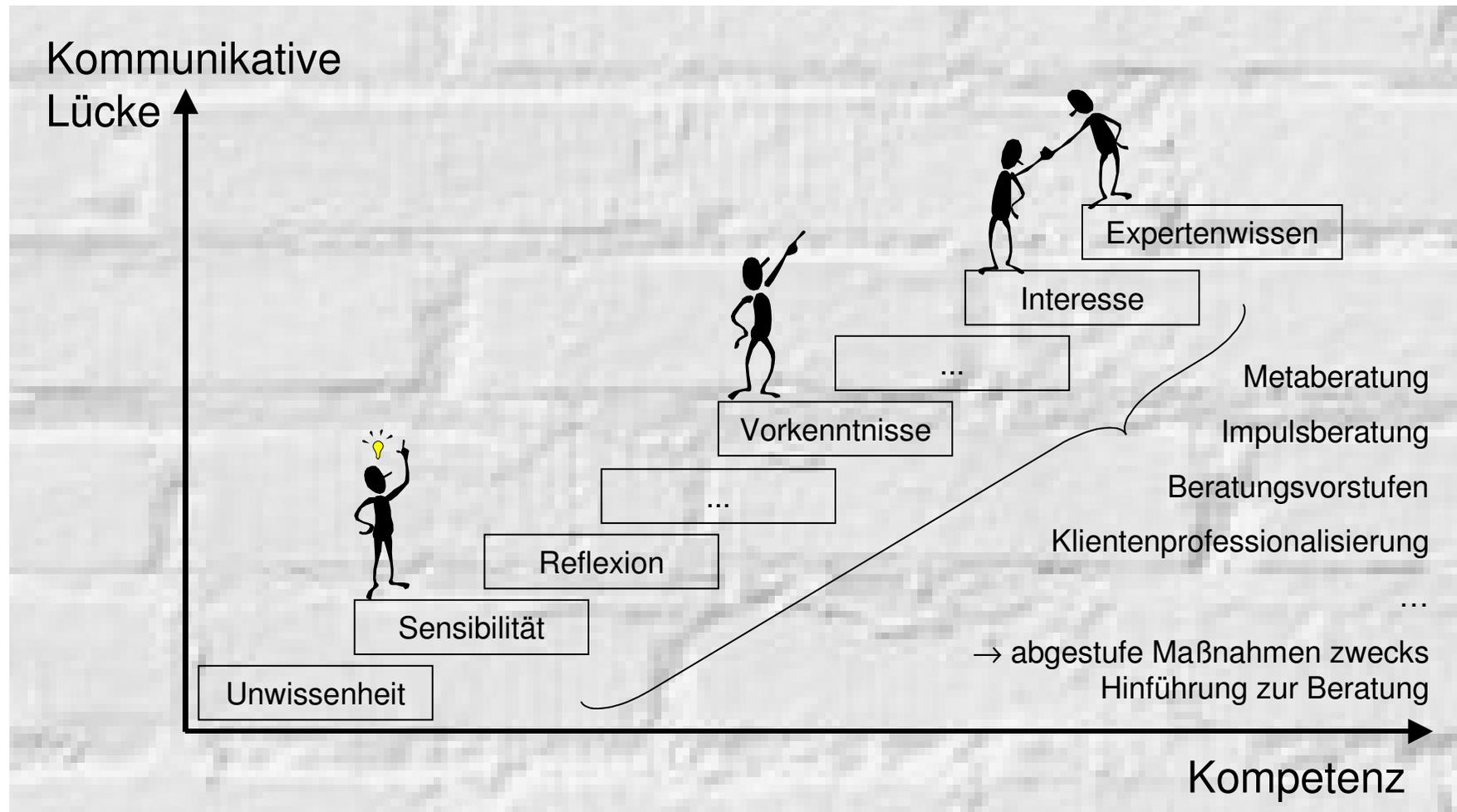
Resümee und Ausblick (2)

- weitere noch zu hebende Potenziale:
 - stärkere Nutzung für die „Nachbarschaftskommunikation“
(z.B. obligatorische Infoveranstaltung in der Nachbarschaft)
 - Erhöhung der Anzahl an Beratungen durch Zusatzförderung zur BAFA-Beratung
 - Ergänzung des Angebotes um eine niedrigschwellige Erstberatung
 - Ergänzung des Angebotes um zusätzlich geförderte Dienstleistungen
zur kompetente Baubegleitung und Qualitätssicherung („Energie-Mentor“)
 - Ziel: Kritische Masse erreichen, damit Aktion lokal zu einem „Selbstläufer“ wird

Resümee und Ausblick (3)



Resümee und Ausblick (4)



Resümee und Ausblick (4)

- Inanspruchnahme der BAFA-Beratungsförderung als Indikator?
(Ausgezählte Förderungen im Jahr 2008)

Stadt / Region	Anzahl der Vorgänge	Einwohner	Quote je 1000 Einwohner
Bundesweit	21.975	82.200.000	0,27
Bundesland Bremen	407	663.000	0,61
Stadt Münster	195	272.900	0,72
Stadt Osnabrück	56	162.900	0,34
Stadt Oldenburg	133	159.600	0,84

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

