

Kommunikationsstrategie „Wegweiser Hauskauf – Energetisches Modernisieren zahlt sich aus“

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



Inhalt

Vorwort	3
1 Der Wegweiser Hauskauf im Einsatz	4
Hintergrund	
An wen richtet sich der Wegweiser Hauskauf?	
Was kann ich mit dem Wegweiser erreichen?	
Wie funktioniert der Wegweiser?	
2 Die Kommunikationsstrategie Wegweiser Hauskauf	6
Wie wird die Kommunikationsstrategie umgesetzt?	
Wie komme ich mit den Kunden in Kontakt?	
Welche Angebote können offeriert werden?	
3 Inhalte und Aufbau des Wegweisers Hauskauf	9
Anschreiben	
Antwortkarte	
Fachlicher Informationsteil	
4 Wie kann ich den Wegweiser auf meine Region übertragen?	14
Wer sind geeignete Träger?	
Welche Angebote und Anbieter sollen kommuniziert werden?	
Wie kann ich ein geeignetes Multiplikatoren-Netzwerk aufbauen?	
Auf welche Materialien kann ich zurückgreifen?	
5 Wissenschaftlich untersucht – die Wirkung des Wegweisers Hauskauf	20
Der Beitrag des Wegweisers zum Klimaschutz	

Vorwort

Pro Jahr wechseln in Deutschland derzeit etwa 150.000 Ein- und Zweifamilienhäuser den Besitzer. Etwa drei Viertel der Käuferinnen und Käufer von Wohneigentum sanieren anschließend das erworbene Gebäude¹. In vielen Fällen werden energetische Sanierungsmaßnahmen jedoch nicht oder nur teilweise umgesetzt², so dass das Gelegenheitsfenster, das sich mit der Eigentumsübertragung öffnet, häufig ungenutzt bleibt. Erhebliche Potenziale für den Klimaschutz im Gebäudebereich können daher nicht gehoben werden.

An dieser Stelle setzt die Kommunikationsstrategie „Wegweiser Hauskauf“ an, die in dem vorliegenden Leitfaden vorgestellt wird. Der Leitfaden wendet sich an Energie- und Klimaschutzagenturen, Verbraucherzentralen, kommunale Klimaschutzmanager und andere nichtkommerzielle Einrichtungen aus dem Bereich Energieeffizienz und Klimaschutz, die eigene Kampagnen für die Zielgruppe der Eigenheimerwerber planen. Er zeigt, wie die genannten Akteure den Wegweiser Hauskauf einsetzen können, um Eigenheimkäuferinnen oder -erben zu einem möglichst frühen Zeitpunkt ihres Entscheidungsprozesses anzusprechen, mit dem Ziel, diese von den Vorzügen einer energetischen Sanierung zu überzeugen.

Der Wegweiser „Hauskauf – Energetisches Modernisieren zahlt sich aus“ entstand im Forschungsprojekt „Kommunikationsstrategie ‚Eigentumsübertragung‘ zur energetischen Sanierung beim Eigenheimerwerb“. Das Vorhaben wurde vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestags gefördert. An dem Vorhaben unter der Leitung des ISOE – Institut für sozial-ökologische Forschung waren das Institut

für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) als weiterer Forschungspartner sowie die Bremer Energie-Konsens GmbH, die Klimaschutzagentur Region Hannover GmbH und die Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e.V. als Praxispartner beteiligt.

Der Wegweiser wurde von den Forschungspartnern in engem Austausch mit Praxisakteuren entwickelt und von den Praxispartnern in mehreren Pilotregionen erfolgreich erprobt. Die Wirkung dieser Pilotvorhaben wurde in einer Akzeptanz- und Wirkungsanalyse der Endkunden untersucht. Der Leitfaden gibt einen Überblick über die von dem Projektverbund entwickelte Kommunikationsstrategie, erläutert Aufbau und Inhalte des Wegweisers Hauskauf und gibt einen Einblick in die in der Pilotphase gewonnenen Erkenntnisse. Potenzielle Träger, die den Wegweiser Hauskauf auf ihre eigene Region übertragen wollen, erhalten so eine praxisnahe Anleitung, wie der Wegweiser funktioniert und wie sie die erarbeiteten Materialien am effektivsten einsetzen können. Sie erhalten zudem Hinweise, was bei der Übertragung auf die eigene Region zu beachten ist.

Ein Muster des Wegweisers kann unter <http://www.isoe.de/fileadmin/redaktion/eimap.pdf> heruntergeladen werden.

- 1 LBS (2009): Neuer Besitzer – besseres Haus. Presseinformation vom 20.07.2009. URL: <http://www.presseportal.de/pm/35604/1443035/neuer-besitzer-besseres-haus-mit-grafik-gebrauchterwerber-sorgen-fuer-modernisierungsschub> (Stand 03.11.2011)
- 2 Stieß, Immanuel/Dunkelberg, Elisa (2013): Objectives, barriers and occasions for energy efficient refurbishment by private homeowners, Journal of Cleaner Production, 250–259

1 Der Wegweiser Hauskauf im Einsatz

Hintergrund

Der Moment, in dem ein Haus den Besitzer wechselt, ist ideal, um den Käufer oder die Erbin von einer energetischen Sanierung zu überzeugen. Denn häufig wird das neu erworbene Gebäude saniert. Mit dem Wegweiser Hauskauf halten Sie nun ein Kommunikationsinstrument in der Hand, um die neuen Hausbesitzer möglichst früh in ihrem Entscheidungsprozess zu erreichen, um sie über die Vorteile energetischer Maßnahmen zu informieren. Sie treten mit Hilfe des Wegweisers in einen Dialog mit der Kundin, die dann motiviert wird, auch weiterführende Informations- und Beratungsangebote sowie Dienstleistungen zum Thema energetisches Sanieren wahrzunehmen.

An wen richtet sich der Wegweiser Hauskauf?

Der Wegweiser Hauskauf richtet sich an alle potenziellen Käuferinnen und Erben einer Gebrauchtimmoblie. Er soll als Einstieg in das Gebiet der Sanierung grundlegende Informationen rund um die Themen Wohnen, Energie und Klimaschutz vermitteln. Der Fokus liegt dabei auf selbstnutzenden Eigentümern, d. h. Personen, die selbst in den Gebäuden leben werden und diese nicht zu kommerziellen Zwecken nutzen wollen.

Was kann ich mit dem Wegweiser erreichen?

Mit dem Wegweiser können Sie Hauskäufer oder Erbinnen für das Thema Energieeffizienz sensibilisieren. Darüber hinaus enthält der Wegweiser praktische Tipps und Hinweise auf Beratungs- und Dienstleistungsangebote, die einen direkten Bezug zur Entscheidungssituation beim Eigenheimerwerb haben:

- Er verdeutlicht in einfachen Beispielen die Potenziale zur Verringerung von Energieverbrauch und -kosten einer Wohnimmobilie.
- Er bietet seriöse und leicht verständliche Einstiegsinformationen zu technischen, finanziellen und rechtlichen Aspekten einer energetischen Sanierung. Wichtige technische Fachbegriffe (Gebäudeteile, U-Wert etc.) werden erklärt, damit Eigentumserwerbende im Gespräch mit Experten gezielt Fragen stellen können.
- Ein regionalisierter „Beratungskompass“ gibt einen raschen Überblick über Informations-, Beratungs- und Serviceangebote rund um die energetische Sanierung. Neben Energieberatungen sind dies beispielsweise Bauherrenseminare, die Besichtigung von Modellbaustellen oder Messen. Durch diese Hinweise sollen potenzielle Hauskäuferinnen und Erben motiviert werden, selbst aktiv zu werden und mit Energie- und Klimaagenturen, Verbraucherzentralen, Energieberatern oder für Energieeffizienz spezialisierte Architekturbüros oder Handwerksbetriebe in Kontakt zu treten.

Wie funktioniert der Wegweiser?

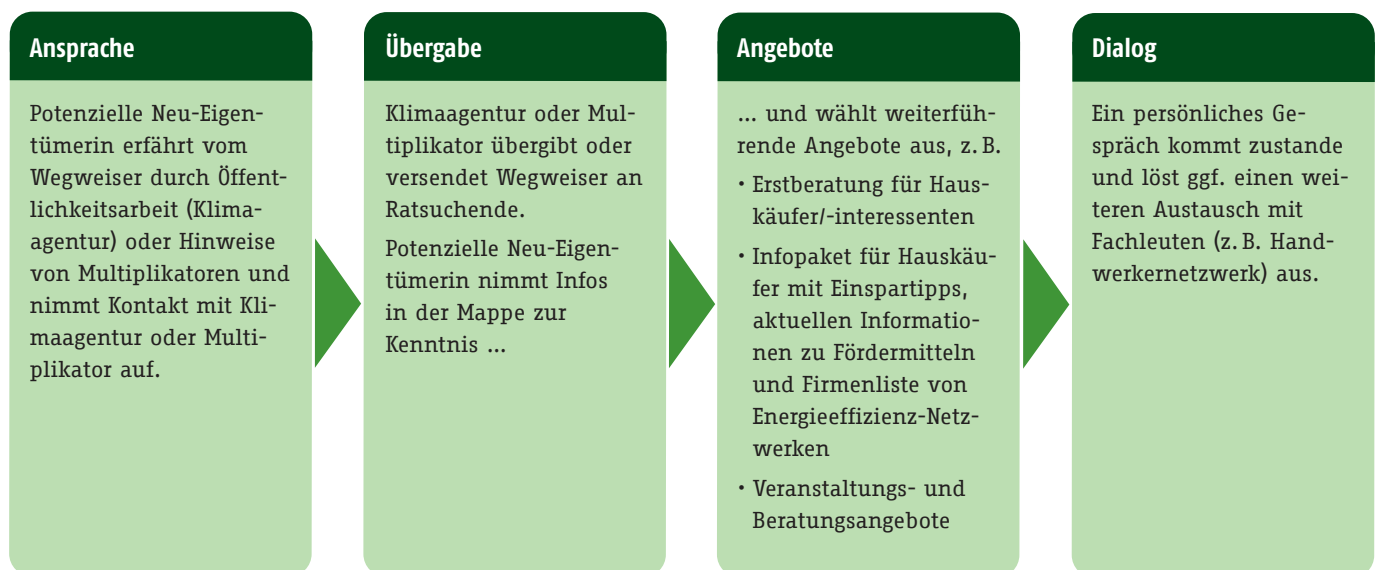
Der Wegweiser Hauskauf bildet das Schlüsselement einer Kommunikationsstrategie. Diese Strategie umfasst die folgenden Schritte:

In einem ersten Schritt sprechen Multiplikatoren und Beratungsexpertinnen die Zielgruppe der Eigenheimerwerber frühzeitig – idealerweise bereits vor dem Kauf oder dem Erbe des Hauses – an. Dies geschieht mit Hilfe von Akteuren, Einrichtungen und Anlaufstellen, die Eigenheimerwerber üblicherweise im Vorfeld des Hauskaufs in Anspruch nehmen.

Durch den kostenlos abgegebenen Wegweiser erhalten potenzielle Eigenheimerwerber und Erbinnen grundlegende Informationen rund um die Themen Hauskauf und energetische Sanierung. Der Wegweiser soll zur weiteren Kontaktaufnahme mit Klimaagenturen und ähnlichen Einrichtungen motivieren. Er hat vor allem eine orientierende Funk-

tion und dient als Lotse zu weiterführenden Beratungs- und Dienstleistungsangeboten. Durch den Wegweiser können insbesondere dialogische Angebote, wie z. B. eine Erst-Energieberatung für Hauskäufer, zielgruppenorientiert kommuniziert werden. Dies sind Angebote, die auf die Handlungssituation beim Eigenheimerwerb zugeschnitten sind und eine persönliche Kommunikation zwischen Experten und Ratsuchenden ermöglichen.

Die Kontaktaufnahme mit den Anbietern von Beratungsleistungen erfolgt beispielsweise durch eine dem Wegweiser beiliegende Antwortkarte, mit der Interessierte den Kontakt mit dem Absender der Mappe aufnehmen können: Auf der Antwortkarte sind ausgewählte Service- und Beratungsleistungen aufgeführt, die direkt bestellt bzw. gebucht werden können. Über die aufgeführten Kontaktadressen können Ratsuchende auch direkt mit den jeweiligen Anbietern in Kontakt treten.



Wegweiser Hauskauf – von der Ansprache zum Dialog

2 Die Kommunikationsstrategie Wegweiser Hauskauf

Wie wird die Kommunikationsstrategie umgesetzt?

Ziel der Kommunikationsstrategie ist es, Energieexpertinnen und potenzielle Eigenheimerwerber miteinander ins Gespräch zu bringen: Eigenheimerwerber sollen motiviert werden, Informations- und Beratungsangebote sowie Dienstleistungen zum Thema energetisches Sanieren zu nutzen. Offeriert werden sollen vor allem solche Beratungs- und Dienstleistungsangebote, die durch einen persönlichen Austausch (Dialog) zwischen Experten und Eigenheimerwerberinnen gekennzeichnet sind und einen direkten Bezug zu den umfangreichen Informationsbedürfnissen beim Eigenheimerwerb herstellen. Neben Energieberatungsangeboten für Eigenheimerwerber sind dies beispielsweise Bauherrenseminare, Besichtigungen von Modellbaustellen oder Informationsveranstaltungen. Dabei können sowohl Angebote aus dem Portfolio der Praxispartner als auch Angebote von Dritten offeriert werden.

Als *Träger der Kommunikationsstrategie* kommen Energie- und Klimaagenturen, Verbraucherzentralen oder andere Multiplikatoren aus dem Bereich Energieeffizienz und Klimaschutz in Betracht. Die Träger initiieren und organisieren den Dialog mit den Eigenheimerwerbern, definieren die zu bewerbenden Informations- und Beratungsangebote, organisieren die lokale Öffentlichkeitsarbeit und stellen den Kontakt zu den Multiplikatoren in der Region her. Neben der fachlichen Expertise im Bereich Energieeffizienz und Klimaschutz sollten die

Träger Erfahrungen bei der Umsetzung von Kommunikationskampagnen aufweisen und über eine gute lokale oder regionale Einbettung, Vernetzung und Reputation verfügen.

Multiplikatoren und Promotoren bilden eine zentrale Schnittstelle zwischen dem Träger der Kommunikationsstrategie und den Endkunden. Sie übernehmen wichtige Aufgaben bei der Kundenansprache und der Verteilung des Wegweisers Hauskauf. Ihre Aufgabe ist es, ihre Kundinnen auf das Thema energetische Gebäudesanierung aufmerksam zu machen und die Verbreitung des Wegweisers zu unterstützen. Multiplikatoren und Promotoren haben unterschiedliche Aufgaben:

- *Multiplikatoren* sind direkt in die Verteilung des Wegweisers eingebunden. Sie händigen ihn an potenzielle Eigenheimerwerber aus.
- *Promotoren* übernehmen eine aktive Rolle bei der Bewerbung des Wegweisers, beispielsweise durch die Verteilung von Flyern.

Als Multiplikatoren und Promotoren kommen Akteure, Einrichtungen und Anlaufstellen in Frage, mit denen Eigenheimerwerberinnen während ihres Such- und Entscheidungsprozesses in Kontakt kommen. Dies sind beispielsweise Banken, Makler, Eigentümerverbände, Architekten, Handwerker etc. Auch die Akteure, die bei der Planung und Umsetzung einer energetischen Sanierung kontaktiert werden, stellen potenzielle Multiplikatoren dar.

Die Auswahl der Multiplikatoren und die Kommunikation mit ihnen erfolgt durch die jeweiligen lokalen Träger. Hinweise für das Vorgehen bei der Auswahl von Multiplikatoren und Promotoren gibt es in Kapitel 4.

Wie komme ich mit den Kunden in Kontakt?

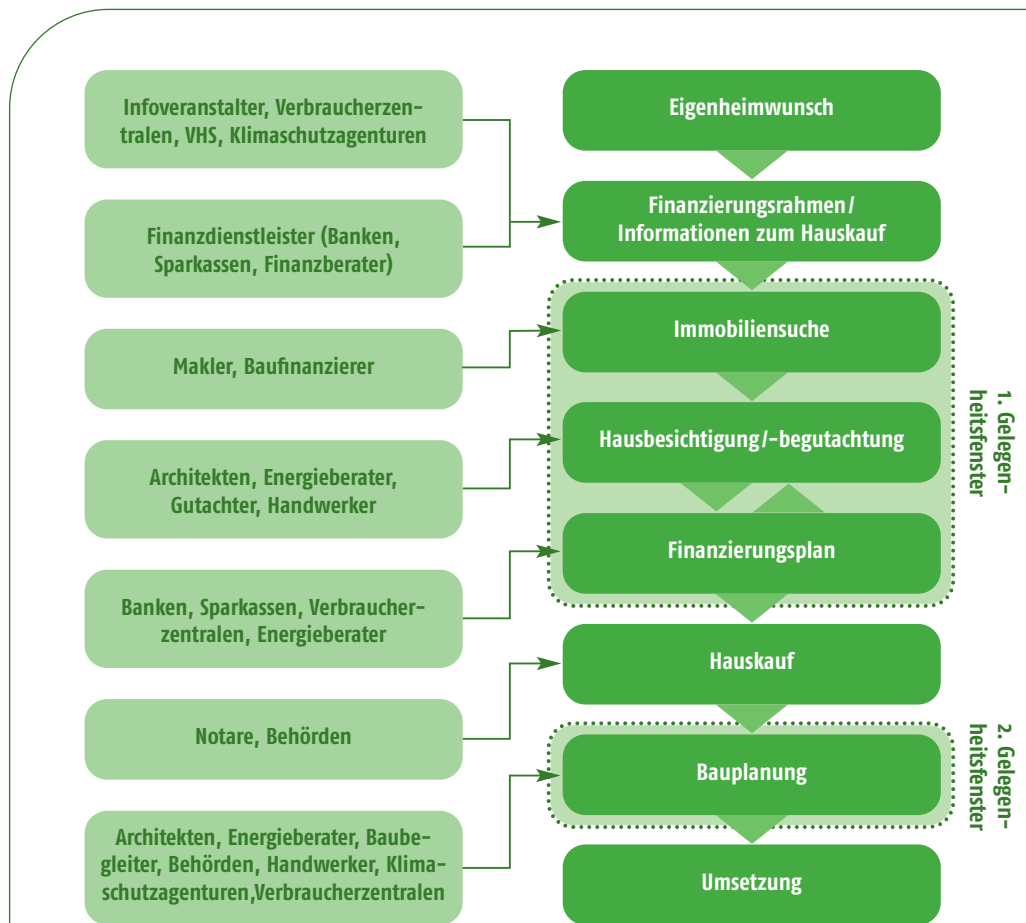
Die Ansprache der Eigenheimerwerberinnen kann auf unterschiedlichen Wegen erfolgen.

1. Kundenansprache und Ausgabe des Wegweisers durch den Träger (z. B. Klimaschutzagentur oder Kommune): Die Adressatin wird durch die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (z. B. Flyer) auf den Wegweiser aufmerksam. Über die angegebenen Kontaktmöglichkeiten (Postadresse, Telefonnummer, E-Mail-Adresse des Trägers) kann der Wegweiser bestellt oder in der Geschäftsstelle abgeholt werden. Um die Bestellung zu erleichtern, kann ein Formular auf der Homepage des Trägers eingerichtet werden. Sofern eine elektronische Version angeboten werden

soll, kann diese auf der Homepage zum Download bereitgestellt werden. Der Wegweiser kann auch gezielt bei Veranstaltungen oder Messeauftritten des Trägers beworben und verteilt werden.

2. Ausgabe des Wegweisers durch Multiplikatoren (z. B. Eigentümerverbände oder Makler): Die Kundenansprache erfolgt durch Multiplikatoren. Diese binden den Wegweiser aktiv in ihre Kundenkommunikation ein und händigen ihn an Interessierte aus. Die Kontaktaufnahme mit dem Träger erfolgt erst, wenn die Empfängerinnen die in dem Wegweiser enthaltene „Rückantwortkarte“ abschicken.
3. Ansprache durch Promotoren (z. B. Banken oder Stadtwerke): Die Kundenansprache erfolgt durch Promotoren. Diese geben den Wegweiser nicht selbst aus. Vielmehr weisen diese Multiplikatoren durch Flyer oder vergleichbare Infomaterialien auf die Möglichkeit einer Bestellung bei dem lokalen Träger hin. Das weitere Vorgehen ist analog zu Weg 1.

Modell des Entscheidungsprozesses und der beteiligten Akteure bei Hauskauf und Sanierungsplanung





*Flyer der Klimaschutzagentur
Region Hannover*

In den Pilotvorhaben wurde ein breites Spektrum von Angeboten (z. B. Sanierungslotsen als Baubeleiter, stationäre Energieberatung, vertiefende Energiegutachten, Informationsveranstaltungen zu speziellen Themen rund um die Sanierung etc.) erprobt.

Um die Bestellung zu erleichtern, finden die Nutzerinnen in dem Wegweiser die Kontaktdaten der für sie relevanten Anbieter vor Ort. Darüber hinaus können sie gezielt einzelne Dienstleistungen bestellen, entweder per Post über die dem Wegweiser beiliegende Antwortkarte, telefonisch, per E-Mail oder über die Internetseiten der regionalen Träger. Auf diesen Wegen können Ratsuchende z. B. einen Termin für eine Erstberatung vereinbaren oder ein Infopaket mit Materialien zum Thema Energieeffizienz bestellen. Allerdings hat sich gezeigt, dass die Bestellung auf dem Postweg selten genutzt wurde. Viele ziehen es vor, Service- und Beratungsleistungen direkt telefonisch oder per E-Mail zu bestellen.

Welche Angebote können offeriert werden?

Mit Hilfe des Wegweisers kann auf Informations- und Beratungsangebote sowie Dienstleistungen zum Thema energetische Sanierung aufmerksam gemacht werden. Besonders geeignet sind Angebote, die einen direkten Bezug zum Thema Eigenheimerwerb bzw. Eigentumsübertragung und Sanierung haben. Dies kann beispielsweise eine „Erstberatung vor Ort für Hauskäufer“ sein. Eine solche Energieberatung kann als eine etwa einstündige Initialberatung angeboten werden, bei der ein Energieberater zusammen mit dem Kaufinteressenten eine in Frage kommende Immobilie begeht. Die Klimaschutzagentur Region Hannover hat beispielsweise ein Angebot dieser Art erfolgreich über den Wegweiser Hauskauf beworben.

Beispielhafte Angebote der Klimaschutzagentur Region Hannover

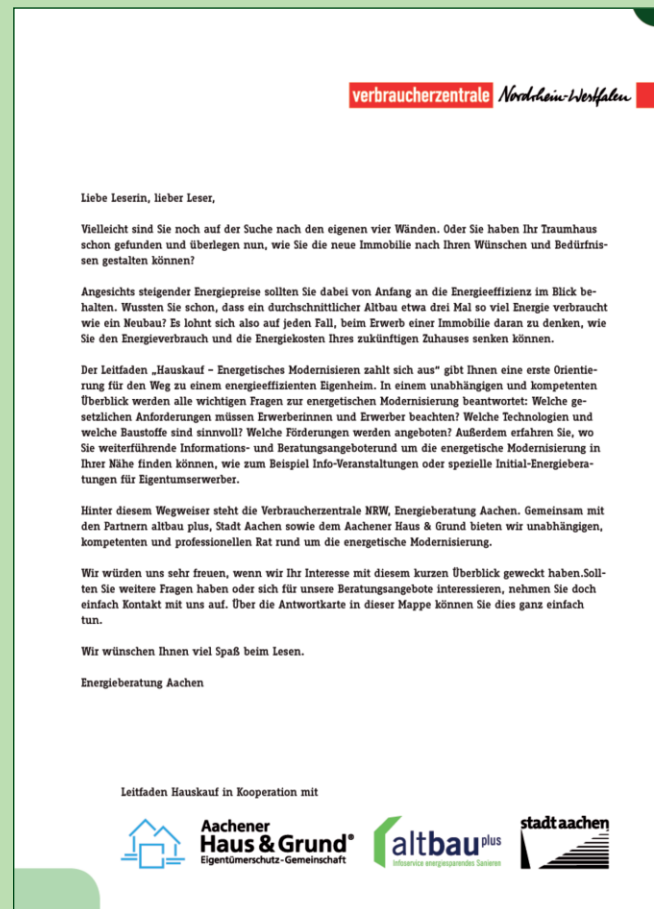
- „Gut beraten starten“ – Einstündige Erstberatung vor Ort für Hauskäufer (kostenlos)
- „Energietotse Altbau“ – Begleitet (Neu-)Eigentümer in der Planungs- und Umsetzungsphase (Kosten nach Aufwand)
- Infopaket für Hauskäufer mit Einspartipps, aktuellen Informationen zu Fördermitteln und Firmenliste mit qualitätsgesicherten Modernisierungspartnern (kostenlos)

3 Inhalte und Aufbau des Wegweisers Hauskauf

Der Wegweiser Hauskauf bietet einen niederschweligen Einstieg zum Thema Eigentumserwerb, Eigentumsübertragung und energetisches Sanieren. Seine übersichtliche Gestaltung macht es den Nutzern einfach, mit dem Absender des Wegweisers Kontakt aufzunehmen und weiterführende Informations- und Beratungsangebote zu nutzen. Neben einem inhaltlichen Teil zum Thema energetische Modernisierung enthält der Leitfaden ein Anschreiben des Trägers und eine Antwortkarte als weitere Elemente. Der Aufbau des Leitfadens wird im Folgenden näher vorgestellt.

Anschreiben

Das Anschreiben liegt jedem Wegweiser bei. Ziel ist es, den Leserinnen und Lesern Bezüge zwischen dem Eigentumserwerb bzw. Erbe und dem Thema des energieeffizienten Wohnens deutlich zu machen. Es folgen exemplarische Hinweise, die zeigen, wie der Wegweiser bei Fragen rund um das Thema Sanierung des neuen Hauses weiterhelfen kann. Der jeweilige Träger des Wegweisers Hauskauf und des Kommunikationsprozesses wird als Ansprechpartner für alle weiteren Fragen eingeführt. Falls gewünscht, können ausgewählte Multiplikatoren namentlich und mit Logo aufgeführt werden. Das Anschreiben kann durch Grußworte von regionalen Unterstützern ergänzt werden. Die Entscheidung und Verantwortung für diese Option liegt bei den lokalen Trägern des Kommunikationsprozesses.



Anschreiben der Verbraucherzentrale NRW in Aachen

Hier ankreuzen und ausfüllen

Ich habe Interesse an einem der folgenden Beratungsangebote für Eigenheimerwerb. Bitte nehmen Sie Kontakt mit mir auf!

„Gut beraten starten“ – Einstündige Erstberatung vor Ort (kostenlos)

„Energieleise Altbau“ – Begleitet (Neu-)Eigentümer in der Planungs- und Umsetzungsphase (Kosten nach Aufwand)

In den Städten Hannover, Hildesheim, Lüneburg, Langenhagen, Rosdorf und Seelze gefördert durch das energy-fonds programm

Bauberatung zu verschiedenen Fachthemen – wahlweise Finanzierung, Angebotsprüfung und Rechtsberatung sowie Baubegehung (Kosten ab 90 Euro)

Die Beratungen erfolgen unabhängig und neutral durch besonders qualifizierte Energieberater und Energieberaterinnen. Informationen zu diesen und weiteren Angeboten für eine Energieberatung finden Sie im **Beratungskompass** ab Seite 53.

Bitte senden Sie mir kostenlos folgende Informationen zu:

Informationen und Termine (Bauherrenseminare, Messberatung) für private Bauherren

Infopaket für Hauskäufer mit Einspartipp, aktuellen Informationen zu Fördermitteln und Finanzierern mit qualifizierten Modernisierungspartnern

Für Terminabsprachen: Bitte unbedingt Ihre Telefonnummer angeben

Zu welcher Zeit sind Sie am besten erreichbar?

9 – 12 Uhr 12 – 15 Uhr

15 – 18 Uhr 18 – 20 Uhr

Telefonnummer (gerne auch Ihre Mobilfunknummer)

E-Mail-Adresse:

Bitte tragen Sie hier Ihren Namen und Adresse in GROSSBUCHSTABEN ein:

Vorname und Nachname

Straße und Hausnummer

Postleitzahl

Postfach

Die Klimaschutzagentur Region Hannover darf meine personenbezogenen Daten nutzen, um mir Informationen zu Klimaschutzthemen auszusenden und soweit dies zur Durchführung der von mir gewünschten Angebote notwendig ist. Wenn ich eine Beratung oder Informationsmaterial durch Ihre Partner wünsche, darf die Klimaschutzagentur meine personenbezogenen Daten an diese (z.B.) weitergeben. Ferner darf mich das Institut für sozial-ökologische Forschung (ISOE) oder ein von ISOE beauftragtes Sozialforschungsinstitut im Rahmen einer wissenschaftlichen Studie zum Wegweiser Hauskauf telefonisch oder per E-Mail kontaktieren.


Mit welcher Unterstufe stimmen ich die Speicherung und Verwendung gemäß vorstehender Zwecke ausdrücklich zu:

Diese Einwilligung kann jederzeit für die Zukunft widerrufen werden bei: Klimaschutzagentur Region Hannover, Goethestraße 16, 30659 Hannover, Telefon: 0511 24 24 24, 40 Hannover, 0511 999911.

Ja, natürlich Nein, danke

Hier abtrennen

Gutschein



Antwortkarte der Klimaschutzagentur Region Hannover

Antwortkarte

Über die aus dem Wegweiser heraustrennbare Antwortkarte können Interessierte Kontakt zum Träger in der jeweiligen Region aufnehmen. Die Antwortkarte bietet die Möglichkeit, möglichst passgenaue, auf die Zielgruppe Eigenheimerwerber zugeschnittene Informations-, Beratungs- und Serviceangebote des Trägers zu offerieren. Neben Energieberatungsangeboten können dies z. B. aktuelle Übersichten über Förderprogramme oder Veranstaltungen sein. Die Auswahl dieser Angebote wird vom jeweiligen regionalen Träger getroffen. Wie die Evaluation gezeigt hat, sollte sich die Karte auf wenige zentrale Angebote beschränken. Diese sollten gegenüber den übrigen Textelementen der Karte deutlich hervorgehoben werden.

Fachlicher Informationsteil

Der Hauptteil des Wegweisers vermittelt Basisinformationen zum Thema Energieeffizienz im Eigenheim. Der Wegweiser verdeutlicht die Vorteile einer sich direkt an den Kauf oder das Erben anschließenden (oder langfristig geplanten) energetischen Sanierung und enthält Informationen, worauf bereits im Vorfeld des Hauskaufs sowie in den darauf folgenden Schritten aus energetischer Sicht geachtet werden sollte. Bei der Konzeption des Wegweisers wurde darauf geachtet, die Informationsdichte zu begrenzen, so dass eine Überforderung vermieden wird. Angestrebt wurde daher keine „Rundumversorgung“ mit allem Wissenswerten, sondern vielmehr ein leicht verständlicher Einstieg in das Thema über einen persönlichen Bezug. Dazu tragen vor allem selbsterklärende Schaubilder, Fotos und Infografiken bei, knappe Erläuterungstexte und eine textliche und grafische Führung durch den Wegweiser.

Der Hauptteil hat folgende Gliederung:

1. Der Hauskauf: Zukunftssicher investieren
2. Energetisches Modernisieren – darauf kommt es an
3. Rundgang durchs Haus und Modernisierungsbeispiele
4. In acht Schritten zum energieeffizienten Eigenheim
5. Fördermöglichkeiten und gesetzliche Sanierungspflichten
6. Beratungskompass – Adressen und Angebote in Ihrer Nähe

Einführung in das Thema Eigentumserwerb und energetische Modernisierung

Die Kapitel „Der Hauskauf: Zukunftssicher investieren“ und „Energetisches Modernisieren – darauf kommt es an“ sollen die Aufmerksamkeit potenzieller Hauskäufer und Erbinnen auf das Thema Energieeffizienz lenken. Der Zusammenhang von Gebäudebeschaffenheit, Energieverbrauch und Energiekosten wird erläutert und der Zeitpunkt des Eigentumserwerbs als ideale Gelegenheit für eine energetische Sanierung wird hervorgehoben.

Energetisches Modernisieren – darauf kommt es an

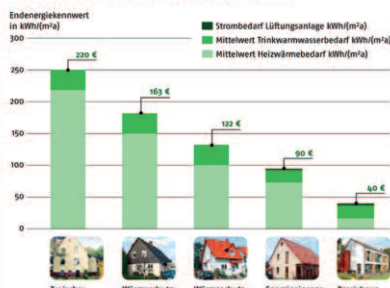
Wer in einem unsanierten Altbau wohnt, ist gegenüber Eigentümern moderner, energiesparender Immobilien im Nachteil. Denn im Vergleich zu einem Passivhaus muss ein Haushalt in einem schlecht gedämmten Gebäude bei gleicher Wohnfläche mit einem etwa sechsmal höheren Verbrauch für Heizung und Warmwasser rechnen. Mit einer umfassenden energetischen Modernisierung ist es jedoch möglich, auch aus Altbauten komfortable „Energiesparmodelle“ zu machen. Erfolgversprechend ist dies allerdings nur mit fachlicher Begleitung beim Planen und Umsetzen. Denn bei einem Haus handelt es sich um ein komplexes System, in dem viele Details zu beachten sind.

Privathaushalte nutzen in der Regel rund 73 Prozent ihres Energieverbrauchs zum Heizen. Auf die Warmwasserbereitung entfallen zusätzlich etwa 12 Prozent. Der Energieverbrauch und die damit verbundenen Kosten für Heizung und Warmwasser hängen jedoch nicht nur von der Effizienz der Heiztechnik ab. Denn beim Haus kommt es auch auf den Zustand der einzelnen Gebäudeteile an. So sind bei Altbauten je nach Baujahr sehr unterschiedliche Bauweisen und wärmetechnische Standards anzutreffen – sofern keine Modernisierungen vorgenommen wurden. Erst seit 1978 verringern sich unter dem Einfluss der Wärmeschutzverordnungen und Vorschriften für Heizungsanlagen die Heizenergieverbräuche schrittweise. Die Grafik zeigt: Während ein Haushalt, der in einem typischen Altbau mit 150 Quadratmetern Wohnfläche wohnt, monatlich rund 220 Euro für Heizung und

Warmwasserbereitung aufwenden muss, kommt eine Familie im gleich großen Passivhaus mit rund 40 Euro aus (Stand Oktober 2012). Hier wird deutlich: Je besser der Wärmeschutz und je effizienter

So unterschiedlich können Heizkosten sein!

Durchschnittliche monatliche Kosten eines Vierpersonenhaushalts für Heizung, Warmwasserbereitung und Lüftungsstrom bei einer Wohnfläche von 150 Quadratmetern.



Berechnet auf Grundlage der Gas- und Strompreise der Stadtwerke Hannover AG (Juli 2012).
© prolima, der energy-fonds

9

Infografiken bieten einen leicht verständlichen Einstieg in das Thema energetisches Modernisieren

Rundgang durchs Haus und Modernisierungsbeispiele

In einem virtuellen Rundgang durch das Gebäude werden alle Gebäudeteile, die für die Energie- und Klimabilanz eines Hauses von Bedeutung sind, beschrieben. Die Konzentration liegt dabei vor allem auf Basisinformationen. Im einführenden Abschnitt „Das Haus als Ganzes“ werden die Zusammenhänge zwischen den verschiedenen Komponenten des Hauses anschaulich dargestellt und die Bedeutung für die Energiebilanz des Gebäudes betont. Die folgenden Abschnitte widmen sich einzelnen Gebäudeteilen (Dach und Obergeschoss, Außenwände, Fenster und Türen, mechanische Lüftung, Kellerdecke und Bodenplatte, Heizung und Warmwasser). Nicht die technischen Details und möglichen Varianten stehen hier im Vordergrund, sondern das Ziel, Verständnis zu wecken für die Vorzüge einer energetischen Sanierung. Ab-

gerundet wird dieser Teil durch Angaben zu typischen Schwachstellen der Gebäudeteile sowie eine Übersicht über typische Sanierungsmaßnahmen, inklusive dem damit verbundenen Einsparpotenzial und den Kosten. Hinweise auf kritische Stellen, wie z.B. Schimmelbildung an schlecht gedämmten Außenecken eines Hauses machen darauf aufmerksam, worauf bei der Besichtigung eines in Frage kommenden Objekts zu achten ist.

Im Anschluss an den Gebäuderundgang werden am Beispiel einer umfassenden Vollsanierung sowie einer weniger kostenintensiven Teilsanierung exemplarische Sanierungsmaßnahmen vorgestellt. Die Beispiele richten sich an die Zielgruppen der überzeugten energetischen Sanierer bzw. an Personen, die lediglich einzelne Maßnahmen umsetzen wollen. Sie verdeutlichen das Spektrum möglicher Maßnahmenpakete bei einer Sanierung inklusive der jeweiligen Investitionskosten.

Beispiel 2:
Ein Altbau wird zum Passivhaus

Einfamilienhaus (Reihenendhaus)
Baujahr: 1964
Wohnfläche: 157 Quadratmeter
Investitionskosten für energetisch relevante Maßnahmen: rund 80.000 Euro
Entwurf: Passivhaus-Projektierung und Qualitätssicherung; Akzente Architektur & Landschaft

Auch aus einem Altbau lässt sich ein Haus mit minimalem Energieverbrauch machen. Das beweisen zahlreiche Modernisierungen von Bestandsgebäuden im Passivhaus-Standard. Dieses Reihenendhaus in Hannover war vor der Sanierung im Jahr 2009 völlig ungedämmt und eine wahre „Energieschleuder“. Nach dem Erwerb wurde das Gebäude mit hocheffizienten Passivhaus-Komponenten auf den neuesten Stand der Technik gebracht. Hierzu gehören ein 30 Zentimeter starkes Polystyrol-Wärmedämm-Verbundsystem für die aus massivem Mauerwerk bestehenden Außenwände sowie Passivhausfenster mit 3-Scheiben-Wärmeschutzverglasung. Das Dach erhielt beim Eindecken eine hochwertige Dämmung sowohl auf als auch zwischen den Sparren. Die Dämmung der Kellerdecke rundet das Maßnahmenpaket ab. Die für ein Passivhaus erforderliche luftdichte Gebäudehülle wurde mit einem Luftdichtheitstest nachgewiesen.

Der Wärmebedarf des sanierten Hauses beläuft sich mit 14 Kilowattstunden pro Quadratmeter im Jahr auf weniger als ein Zehntel des Verbrauchs vor der Sanierung. Damit erfüllt das Haus den Passivhaus-Standard. Die alte Heizungsanlage wurde komplett entfernt. Der Bedarf an Raumwärme und Warmwasser wird jetzt durch ein Lüftungscompactgerät gedeckt, das Heizung, Lüftung und Warmwasserbereitung in einer handlichen Einheit zusammenfasst. Die Lüftung erfolgt durch die hierzu gehörende Komfortlüftungsanlage mit

Wärmerückgewinnung. Teil des Compactgerätes ist zudem eine Kleinleistungspumpe mit einem 180-Liter-Speicher.

Das Haus erhielt außerdem größere Fenster, sodass mehr Tageslicht in die Räume gelangt. Dadurch sinkt auch der Strombedarf für die Beleuchtung. Mit Wanddurchbrüchen wurden zudem großzügige Wohnbereiche geschaffen. Zur Dachsanierung gehörte auch ein Ausbau des Dachgeschosses, sodass die vierköpfige Familie Wohnfläche dazugewonnen hat.

Kosten für die energetische Sanierung	
Dämmung der Außenwände	19.200 €
Passivhausfenster	20.800 €
Dachdämmung	14.500 €
Dämmung Kellerdecke von oben	4.100 €
Lüftungscompactgerät mit Wärmerückgewinnung, Kleinleistungspumpe und 180-Liter-Speicher	21.500 €

Die umgesetzten Maßnahmen wurden von der KfW Förderbank und dem energy-fonds proKlima mit Fördergeldern sowie durch einen zinsgünstigen Kredit unterstützt.

33

Die modellhafte Umsetzung einer energetischen Sanierung wird an Beispielen erläutert

Hauskauf und Modernisierung: In acht Schritten zum fertigen Haus

- 1 Finanzierungsrahmen klären und einen Überblick zum Thema Gebäudeenergieeffizienz verschaffen
- 2 Immobiliensuche: Auf Infos zur Energieeffizienz achten
- 3 Hausbesichtigung: Expertenrat zum energetischen Gebäudezustand einholen
- 4 Finanzierungsplan: Kosten für energetische Modernisierung berücksichtigen
- 5 Der Hauskauf
- 6 Konzept und Ausführung der energetischen Modernisierung professionell planen
- 7 Umsetzung der energetischen Modernisierung: Koordination durch professionelle Bauleitung
- 8 Das fertige Haus: Einweisung in die Haustechnik und Abnahme der Modernisierungsmaßnahmen

In acht Schritten zum energieeffizienten Eigenheim

Der zeitliche Ablauf einer energetischen Optimierung des eigenen Hauses wird in diesem Abschnitt schrittweise dargestellt. In den Blick genommen werden neben dem eigentlichen Kauf oder Erbe des Hauses auch die Entscheidungen im Vorfeld. Die Bedeutung von Bauausführung und Qualitätssicherung wird besonders hervorgehoben. Zu jedem Schritt gibt es Hinweise auf qualifizierte Beratungs- und Serviceangebote, die bei typischen Fragen und Problemen jedes einzelnen Schritts weiterhelfen.

Fördermöglichkeiten und gesetzliche Sanierungspflichten

In diesem Teil werden Fördermöglichkeiten im Überblick beschrieben, die Vielzahl der Fördermöglichkeiten betont und über die gesetzlichen Pflichten bei einer Sanierung informiert. Neben den wichtigsten nationalen Fördermöglichkeiten für eine energetische Sanierung bietet dieser Abschnitt auch einen Überblick über regionale

Förderangebote und erläutert diese. Da sich die jeweiligen Förderkonditionen schnell ändern können, wird auch auf aktuelle Informationen der lokalen Träger zu Fördermöglichkeiten hingewiesen, die beispielsweise über die dem Wegweiser beiliegende Antwortkarte bestellt werden können.

Die Hinweise zu gesetzlichen Sanierungspflichten sind möglichst einfach gehalten. Sie entsprechen dem zur Zeit der Drucklegung der Mappe gültigen Stand der Energieeinsparverordnung (EnEV) von 2009 und sind bei Neuauflagen der Mappe an den aktuellen Stand der gesetzlichen Pflichten anzupassen.

Fördermöglichkeiten und gesetzliche Sanierungspflichten

Energieeffizientes Wohnen wird durch ein großes Angebot deutschlandweiter, aber auch regionaler Förderprogramme unterstützt. Schon bei der Suche nach einem energieeffizienten Haus, spätestens aber bei der Planung von energetischen Sanierungsmaßnahmen steht Ihnen ein Netz von Energieberaterinnen und Energieberatern der Verbraucherzentrale NRW und weiterer Partner zur Verfügung. Sie helfen Ihnen bei der Suche nach den für Sie passenden Fördertöpfen und weisen auf entsprechende Förderbedingungen hin. Außerdem unterstützen sie bei der Beantragung von Fördermitteln. Eine frühzeitige Beratung durch Fachleute ist zu empfehlen, da sich die Förderprogramme und -konditionen häufig ändern und Fördergelder in der Regel nur vor Beginn einer Sanierung gewährt werden.

Nachfolgend finden Sie einen Überblick über die wichtigsten Förderangebote des Bundes, des Landes Nordrhein-Westfalen sowie des örtlichen Energieversorgers.

KfW Förderbank

Über das Programm **Energieeffizient Sanieren** der KfW fördert der Bund sowohl umfassende energetische Sanierungen als auch einzelne Sanierungsmaßnahmen wie den Einbau eines energieeffizienten Heizsystems oder die Dämmung einzelner Bauteile. Gefördert werden können außerdem die Planung und Baubegleitung von energetischen Sanierungen sowie der Erwerb von sanierten Altbauten. Eine weitere Förderoption, die gut mit einer energetischen Sanierung kombiniert werden kann, ist der altersgerechte Umbau.

Voraussetzung für die Förderung energetischer Sanierungen ist ein bestimmtes Mindestalter des Gebäudes (Bauantrag vor 1995), eine vorherige

Energieberatung und das Erreichen eines bestimmten energetischen Niveaus. Bei einzelnen Sanierungsmaßnahmen muss das angestrebte energetische Niveau unterhalb der Anforderungen

der Energieeinsparverordnung (EnEV) liegen. Bei umfassenden energetischen Sanierungen steigt die Förderung mit zunehmender Energieeffizienz, je nach erreichtem KfW-Effizienzhaus-Standard (+ Kapitel: **Energetisches Modernisieren - darauf kommt es an**). Die Fördermittel der KfW werden für selbstnutzende Privateigentümer als zinsünstiges Darlehen oder als Zuschuss gewährt. Kreditanträge müssen über Ihre Hausbank gestellt, Anträge auf Zuschüsse können direkt bei der KfW eingereicht werden.

KfW, <https://energiesparen.kfw.de>
Tel.: 0800 5399002 (kostenfrei)

TIPP!

Eine Übersicht verschiedener Institutionen, die Ihnen qualifizierte Energieberater vermitteln können, finden Sie im → Kapitel: **Beratungskompass - Adressen und Angebote in Ihrer Nähe**

Beratungskompass – Adressen und Angebote in Ihrer Nähe

In diesem Abschnitt werden neutrale Beratungsinstitutionen aus dem Kreis der Multiplikatoren und Netzwerkpartner in den jeweiligen Umsetzungsregionen und deren Angebote in Form einer Übersichtsmatrix präsentiert. In dieser Matrix werden

verschiedene Typen von Beratungs- und Informationsangeboten vorgestellt sowie relevante Institutionen, Netzwerke, übergeordnete Verbände etc., die diese Angebote in ihrem Portfolio haben. Die jeweiligen Unterschiede zwischen den Beratungsangeboten werden kurz erläutert, damit die Passgenauigkeit für den eigenen Bedarf besser abgeschätzt werden kann.

Übersicht Beratungsangebote

	Persönliches Gespräch in einer Beratungsstelle	Initialberatung vor Ort			Vertiefungsberatung vor Ort
Bezeichnung	Energieberatung	Energieberatung bei Ihnen zu Hause	Start-Beratung-Energie	Gebäude-Check Energie	BAFA-Vor-Ort-Beratung
Anbieter in der Region Siegburg	Verbraucherzentrale NRW in Siegburg, Troisdorf, Bonn	Verbraucherzentrale NRW in Siegburg	Architektur- und Ingenieurbüros	Handwerksbetriebe	Architektur- und Ingenieurbüros
Dauer des Beratungsgesprächs	ca. 30 min	1,5 h	nach Erfordernis	nach Erfordernis	2 h
Ort der Beratung	Beratungsstelle	vor Ort	vor Ort	vor Ort	vor Ort
Themen	nach Bedarf alle Themen rund um Energiesparen im Haus, erneuerbare Energien und Fördermittel	Wärmedämmung, Fenster, Heizungsanlage, Solaranlage, Lüftungstechnik, Fördermittel	Wärmedämmung, Fenster, Heizungsanlage, Solaranlage, Lüftungstechnik, Fördermittel	Wärmedämmung, Fenster, Heizungsanlage, Solaranlage, Lüftungstechnik	Haustechnik, baulicher Wärmeschutz, erneuerbare Energien, Fördermittel, Eigenleistung, Wirtschaftlichkeit, Klimaschutzwirkung
Erfassung Ist-Zustand des Gebäudes	Einschätzung Nutzungsverhalten und technische Ausstattung im Haus	checklistenbasierte Einschätzung unter Berücksichtigung des Energieverbrauchs	vereinfachte computergestützte Datenaufnahme	vereinfachte computergestützte Datenaufnahme	computergestützte Berechnung
Sanierungsempfehlungen	allgemein	gebäudebezogen	gebäudebezogen	gebäudebezogen	gebäudebezogen
Maßnahmenspezifische Energieeinsparpotenziale	–	Schätzung	vereinfachte computergestützte Berechnung	vereinfachte computergestützte Berechnung	computergestützte Berechnung
Eigenanteil	5 € (VZ)	60 €	48 €	25 €	ca. 400 – 500 € (schon abzgl. Förderung BAFA bis 500 €)
Ergebnis	mündliche Erläuterungen	Beratungsprotokoll	Beratungsbericht	Beratungsbericht	Gebäudeenergiegutachten
Besonders geeignet für folgende Situation	erste Orientierung für zukünftige Eigentümer	vor oder kurz nach dem Hauskauf	vor oder kurz nach dem Hauskauf	vor oder kurz nach dem Hauskauf	nach dem Hauskauf als Grundlage für Sanierungsplanung

Quelle: nach Projektverbund ENEF-Haus (Hg.) (2010): Zum sanieren motivieren

Übersicht über lokale Anbieter und Angebote von Energieberatung am Beispiel Siegburg

4 Wie kann ich den Wegweiser auf meine Region übertragen?

Das in dem Pilotversuch entwickelte und erprobte Kommunikationskonzept des Wegweisers Hauskauf kann auf andere Regionen und Anbieter übertragen werden. In diesem Kapitel wird gezeigt, wer als potenzieller Träger in Frage kommt, worauf bei der Übertragung geachtet werden muss und auf welche Materialien zurückgegriffen werden kann.

Wer sind geeignete Träger?

Als Träger der Kommunikationsstrategie kommen Institutionen in Betracht, die über eine fachliche Expertise im Bereich der Energieeffizienz und Klimaschutz verfügen, eigene Informations- und Beratungsangebote für Eigenheimsanierer anbieten und Erfahrungen bei der Umsetzung von Kommunikationskampagnen für diese Zielgruppe haben. Wünschenswert sind außerdem eine gute lokale oder regionale Verankerung und Reputation sowie ausreichende Ressourcen für den Aufbau und die Pflege der lokalen Multiplikatoren-Netzwerke.

Darüber hinaus sollte es sich bei dem Träger der Kommunikationsstrategie um eine Einrichtung handeln, die als unabhängig wahrgenommen wird und keine unmittelbaren wirtschaftlichen Interessen verfolgt (z. B. gleichzeitige Umsetzung von Sanierungsmaßnahmen oder Verkauf von Heizungstechnologien). Diese Neutralität ist eine wichtige Voraussetzung für eine hohe Glaubwürdigkeit bei den Endkunden und erleichtert den Zugang zu den lokalen und regionalen Netzwerkpartnern. Als Träger kommen daher entweder kommunale oder andere öffentliche Einrichtungen oder Institutionen aus dem Nonprofit-Bereich in Frage. Geeignete Träger sind beispielsweise kom-

munale oder regionale Energie- und Klimaschutzagenturen, Verbraucherzentralen oder kommunale Klimaschutzeinrichtungen.

Welche Angebote und Anbieter sollen kommuniziert werden?

In dem Wegweiser können Sie beispielsweise auf eigene Informations-, Beratungs- und Dienstleistungsangebote hinweisen, sofern diese auf die Zielgruppe der Eigenheimerwerber zugeschnitten sind. Die Angebote sollten einen möglichst unmittelbaren Bezug zur Handlungs- und Entscheidungssituation Hauskauf aufweisen. Besonders geeignet sind dialogische Angebote: Sie stellen einen direkten Kontakt zwischen Kunden und Expertinnen her und ermöglichen einen direkten Austausch, der auf die konkrete Situation und die individuellen Bedürfnisse der Ratsuchenden eingeht. Beispiele hierfür sind eine Initialberatung für Hauskäufer vor Ort, wie die einstündige Erstberatung „Gut beraten starten“, die von der Klimaschutzagentur Region Hannover für Kaufinteressenten kostenlos angeboten wurde. Weitere Beispiele sind der sogenannte „Energietse Altbau“, der (Neu-)Eigentümer in der Planungs- und Umsetzungsphase begleitet oder Vorträge rund um

das Thema Hauskauf und energetische Sanierung für Interessierte vor Ort. Neben dialogischen Formaten haben sich auch spezielle Infopakete für Hauskäufer mit Einspartipps, aktuellen Informationen zu Fördermitteln und – falls regional verfügbar – eine Firmenliste mit qualitätsgesicherten Handwerkern und Architekten bewährt.

Außerdem sollten Sie auch Angebote anderer regionaler Institutionen berücksichtigen. Dazu eignet sich vor allem der sogenannte „Beratungskompass“ des Wegweisers. Dieser Beratungskompass bietet eine Übersicht über unterschiedliche Typen von Beratungsangeboten mit Kontaktdaten von regionalen Anbietern (z. B. Verbraucherorganisationen, Kommunen etc.). Mit Blick auf die Zielgruppe Eigenheimerwerber weist der Beratungskompass den Vorteil auf, dass er eine rasche Orientierung und regionale Marktübersicht ermöglicht. Dieser Mehrwert ist umso größer, je besser die Übersicht über die relevanten Angebote und Anbieter in ihrer Region ist. Vor der Veröffentlichung des Wegweisers sollten Sie daher zunächst eine Bestandsaufnahme von relevanten Angeboten und Anbietern in ihrer Region vornehmen. Für Sie als Träger bietet der Beratungskompass dabei einen guten Anlass, um auf diese Anbieter zuzugehen, die Vernetzung in der Region voranzutreiben und mögliche Kooperationspartner und Multiplikatoren für den Wegweiser zu gewinnen.

Wie kann ich ein geeignetes Multiplikatoren-Netzwerk aufbauen?

Multiplikatoren und Promotoren bilden eine zentrale Schnittstelle zwischen den Trägern und den Endkunden. Ihre Aufgabe ist es, Kunden/ Klienten auf das Thema energetische Gebäudesanierung aufmerksam zu machen und die Verbreitung der Neu-Eigentümergeografie zu unterstützen. Als Multiplikatoren und Promotoren kommen Akteure, Einrichtungen und

Anlaufstellen in Frage, mit denen Eigentümerwerber im Verlauf des Such- und Entscheidungsprozesses in Kontakt kommen. Dies sind beispielsweise Banken, Makler, Eigentümerverbände, Architekten, Handwerker etc.

Die Auswahl der Multiplikatoren und Promotoren in der Region spielt für die Reichweite und Zielgenauigkeit der Kommunikationsstrategie Wegweiser Hauskauf eine entscheidende Rolle. Die Wahrnehmung und Eignung potenzieller Multiplikatoren wurde bei der wissenschaftlichen Begleitung der Erprobung des Wegweisers empirisch untersucht. Demnach sollten folgende Faktoren besonders beachtet werden:

- *Wahrscheinlichkeit des Kontakts:* Grundsätzlich eignen sich nur Akteure als Multiplikatoren, die mit der Zielgruppe Eigenheimerwerber im Rahmen des Hauserwerbs in direkten persönlichen Kontakt (face-to-face) kommen.
- *Zeitpunkt des Kontakts:* Akteure, mit denen potenzielle Eigenheimerwerber möglichst frühzeitig in ihrem Such- und Entscheidungsprozess in Kontakt kommen, sind besonders geeignet.

Phase Hauskauf / Sanierung	Ansprechpartner / Anlaufstellen
Finanzierungsrahmen klären	Baufinanzierer, Klimaschutz- oder Energieagenturen, Verbraucherzentralen, Volkshochschulen (VHS)
Immobilienuche	Baufinanzierer (die selber Immobilien anbieten), Makler
Besichtigung konkretes Kaufobjekt	Architekten, Energieberater, Gutachter, Sachverständige
Finanzierungsplan	Baufinanzierer, Banken, Energieberater, Verbraucherzentralen
Hauskauf	Notare, Behörden, Verkäufer
Planung und Umsetzung der energetischen Modernisierung	Architekten, Baubegleiter, Baufinanzierer, Handwerker, Behörden, Energieberater, Klimaschutz- oder Energieagenturen, Verbraucherzentralen

Anlaufstellen bei Hauserwerb und Sanierungsvorbereitung

- **Glaubwürdigkeit:** Die Seriosität und Glaubwürdigkeit eines Multiplikators ist ein wichtiger Erfolgsfaktor. Eingeschränkt werden kann diese Glaubwürdigkeit vor allem durch eigene kommerzielle Interessen, die ein Multiplikator mit dem Wegweiser verbinden könnte.
- **Fachliche Kompetenz:** Die fachliche Kompetenz für das Thema Energieeffizienz ist für Multiplikatoren keine unbedingte Voraussetzung, kann aber die Wahrnehmung durch den Kunden positiv beeinflussen.
- **Interessenvereinbarkeit:** Das Eigeninteresse eines Multiplikators an der Verbreitung des Wegweisers ist ebenfalls ein relevantes Kriterium. Im Idealfall identifiziert sich der Multiplikator mit dem Wegweiser und seinen Inhalten und sieht einen zusätzlichen Nutzen für sich durch dessen Verteilung und Bewerbung.

Auf der Grundlage dieser Faktoren ergibt sich folgende Abstufung möglicher Multiplikatoren:

- Als besonders geeignete Multiplikatoren erscheinen Banken und Sparkassen, da diese bei allen Kriterien gut abschneiden.
- Als ebenfalls geeignet wird die Gruppe der Makler eingeschätzt, die sich insbesondere hinsichtlich des Kontaktzeitpunkts gut als Multiplikatoren eignen.

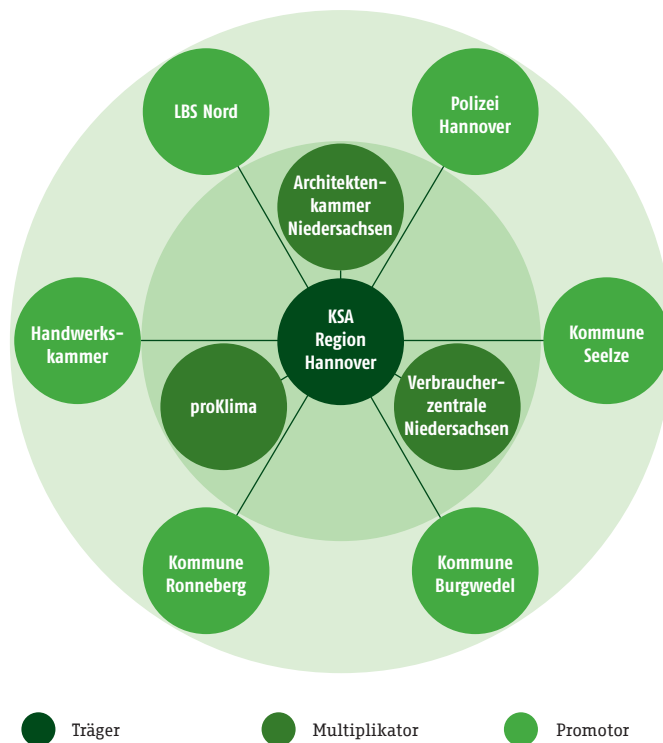
- Architektinnen und Planer werden zwar als sehr glaubwürdig eingeschätzt. Sie sind wegen ihrer vergleichsweise geringen Kontaktwahrscheinlichkeit jedoch nur eingeschränkt geeignet.

Dies bedeutet aber nicht, dass eine der betrachteten Akteursgruppen als Multiplikator ausscheidet. Bei der Auswahl der Multiplikatoren sollten Sie daher unbedingt den lokalen Kontext berücksichtigen. Mit Ihrer Ansprache können Sie beispielsweise an bereits bestehende Akteursnetzwerke anknüpfen, um eine möglichst gute Kooperation zu gewährleisten. Dabei können Sie auch prüfen, ob weitere Akteursgruppen, wie beispielsweise die Anbieter von thematisch passenden Informations- und Weiterbildungsveranstaltungen (z. B. Volkshochschulen, Bildungsträger), kommunale oder staatliche Einrichtungen oder unabhängige Finanzberater als Multiplikatoren in Betracht kommen. Insgesamt hat sich erwiesen, dass eine möglichst große Vielfalt bei der Zusammensetzung der Multiplikatoren hilfreich ist. So können Eigenheimerwerber und Erben in verschiedenen Phasen ihrer Suche erreicht werden, um so eine möglichst hohe Effektivität des Wegweisers zu gewährleisten.

Akteursgruppen	Wahrscheinlichkeit des Kontakts	Zeitpunkt des Kontakts	Glaubwürdigkeit	Fachliche Kompetenz	Interessenvereinbarkeit
Banken	sehr hoch	sehr gut	eher hoch	weniger hoch	eher gut
Makler	eher hoch	sehr gut	eher hoch	gering	fraglich
Planer/Architekten	mittel	je nachdem	eher hoch	sehr hoch	gut
Handwerker	eher hoch	eher spät	mittelmäßig	eher hoch	gut
Gutachter/Berater	sehr gering	meist sehr gut	sehr hoch	sehr hoch	gut
Notare	100%	recht spät	sehr hoch	gering	schwierig

Übersicht über potenzielle Multiplikatoren des Wegweisers

Im Folgenden ist beispielhaft das Akteurs- und Multiplikatoren-Netzwerk aus der Umsetzungsregion Hannover dargestellt.



Akteurs- und Multiplikatoren-Netzwerk in der Region Hannover

Für eine erfolgreiche Zusammenarbeit zwischen Trägern und Multiplikatoren ist es besonders wichtig, dass die Multiplikatoren gut auf ihre Aufgabe vorbereitet werden und sich möglichst weitgehend mit dem Wegweiser identifizieren. Dies können Sie als lokaler Träger durch Informationsveranstaltungen oder Workshops für die Multiplikatoren unterstützen, bei denen beispielsweise Kundenbetreuerinnen einer Bank geschult werden, wie sie den Mehrwert des Wegweisers bei seiner Übergabe an die Kunden gezielt kommunizieren können. Insgesamt sollten Sie den Aufwand für die Ansprache und Betreuung der lokalen Multiplikatoren-Netzwerke nicht unterschätzen und ausreichende personelle Kapazitäten für die Vorbereitung und Betreuung der Multiplikatoren einplanen. Der Aufwand lohnt sich auf jeden Fall, denn eine hohe Motivation von Multiplikatoren und Promotoren und eine große Identifizierung mit den Zielen des Wegweisers sind wichtige Bausteine für den Erfolg der Kommunikationskampagne.

Auf welche Materialien kann ich zurückgreifen?

Der Wegweiser „Hauskauf – Energetisches Modernisieren zahlt sich aus“ entstand im Forschungsprojekt „Kommunikationsstrategie ‚Eigentumsübertragung‘ zur energetischen Sanierung beim Eigenheimerwerb“. Die nicht-kommerzielle Nutzung des Wegweisers sowie der im Projekt erarbeiteten Materialien zur Öffentlichkeitsarbeit durch Kommunen, öffentliche Körperschaften, Energie- und Klimaagenturen, Verbraucherorganisationen oder ähnliche Einrichtungen der Umwelt- oder Verbraucherbildung ist ausdrücklich erwünscht. Die Materialien werden für die *nicht-kommerzielle* Nutzung kostenlos zur Verfügung gestellt. Welche Anforderungen dabei zu beachten sind, wird in den nächsten Abschnitten erläutert.

Welche Text- und Layout-Vorlagen kann ich nutzen?

Der Wegweiser soll Interesse wecken, sich mit dem komplizierten Thema des energetischen Sanierens zu beschäftigen. Ein hochwertiger Eindruck des Wegweisers unterstützt dieses Ziel. Die Qualität der verwendeten Materialien und das Layout sind in diesem Zusammenhang entscheidende Faktoren und unterstützen eine hochwertige Anmutung.

Der Umfang des Wegweisers beträgt knapp 60 Seiten. Umschlag und Inhalt (Titel, Trennblätter und inhaltliche Seiten) sind in einem einheitlichen Design angelegt. Die Titelseite kann individuell an die gestalterischen Vorgaben des Trägers des Wegweisers angepasst werden. Die Textgestaltung entspricht einem gegliederten Layout, das Grundtexte zur Einführung in die einzelnen Themen enthält und durch Detailinformationen in Erklärungsboxen ergänzt wird. Dort werden wichtige Fachbegriffe erläutert und Hinweise zu weiterführenden Informationsquellen gegeben.

Der Wegweiser ist als DIN A4-Ordner in Ringbuchform mit festen Trennblättern für mehrere zusammenhängende Themenblätter konzipiert. Der Ordner ist für den postalischen Versand optimiert. Bei Bedarf kann der Wegweiser auch in Form einer Broschüre erstellt werden.

Die Gestaltung von Grundlayout und Vorlagen sowie die Herstellung des Wegweisers erfolgt durch die Leipziger Kommunikations- und Marketingagentur Omniphon GmbH. Die Vorlagen werden von Omniphon kostenlos zur Verfügung gestellt. Die Agentur behält sich eine abschließende Qualitätssicherung vor.

Auf Wunsch übernimmt Omniphon die Anpassung von Layout und Textteilen für die Nachnutzung des Wegweisers Hauskauf durch Dritte gegen ein marktübliches Honorar.

Was muss ich bei der Überarbeitung beachten?

Der Wegweiser ist modular aufgebaut. Bis auf wenige Ausnahmen kann der größte Teil des Wegweisers ohne Änderungen auch in anderen Regionen verwendet werden. Inhaltliche und gestalterische Anpassungen sind lediglich für Textteile erforderlich, die einen Bezug zu regionalen Angeboten und Anbietern aufweisen oder die einen Bezug zum jeweiligen Träger oder Absender des Wegweisers herstellen. Dies kann für folgende Textteile und Gestaltungselemente zutreffen:

- Anschreiben
- Antwortkarte
- Kapitel Fördermöglichkeiten und gesetzliche Sanierungspflichten
- Beratungskompass – Adressen und Angebote in Ihrer Nähe
- Umschlag

Im Einzelnen ist bei der Überarbeitung Folgendes zu beachten:

Der Text des *Anschreibens* kann weitgehend übernommen werden. Angepasst werden müssen Name und Logo des Trägers und ggfs. der Multiplikatoren.

Auf der *Antwortkarte* können die wichtigsten Angebote für Hauskäufer und Saniererinnen übersichtlich aufgeführt werden. Bei der Auswahl sollte darauf geachtet werden, nur wenige Angebote auszuwählen und eine niedrigschwellige Kontaktaufnahme zu ermöglichen. Neben der

Bestellung per Post sollten die Angebote auch telefonisch und per E-Mail bzw. Internet zugänglich sein.

Im Kapitel *Fördermöglichkeiten und gesetzliche Sanierungspflichten* ist zu beachten, dass die Hinweise zu gesetzlichen Sanierungspflichten dem bei der Drucklegung des Wegweisers verbindlichen Stand der EnEV von 2009 entsprechen. Sie sollten daher unbedingt bei einer Neuauflage an den aktuellen Stand angepasst werden. Rechtliche Fragen werden insbesondere auf Seite 49 thematisiert. Ebenfalls aktualisiert werden müssen die Verweise auf den Seiten 12, 17, 27 und 40 sowie der Textbaustein auf Seite 39 zum Energieausweis. Darüber hinaus sind auch die aufgeführten Förderbedingungen und -anbieter zu überprüfen (KfW und BAFA-Beratung v. a. S. 47–49; Verweise S. 12, 16, 41, 42, 55).

Im Kapitel *Beratungskompass – Adressen und Angebote in Ihrer Nähe* muss die Auswahl und Beschreibung der Angebote (S. 54–57) sowie die Übersicht der Anbieter (S. 58) an die regionalen Gegebenheiten angepasst werden. Die Tabelle auf Seite 57 kann als Vorlage genutzt werden, um die verschiedenen regionalen Beratungsangebote übersichtlich darzustellen.

Der Umschlag bzw. Einband des Wegweisers muss an Namen, Logo und Corporate Design des jeweiligen Herausgebers angepasst werden. Optional können Logos der jeweiligen wichtigen Multiplikatoren abgebildet werden. Logos sollten auf der Titelseite möglichst sparsam verwendet werden, um den hochwertigen Charakter des Wegweisers nicht zu beeinträchtigen.

Auf der hinteren Umschlagseite müssen die Logos des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit sowie der Nationalen Klimaschutzinitiative als Fördermittelgeber für die Entwicklung des Wegweisers abgebildet werden. Der Förderer sowie die an der Erstellung des Wegweisers beteiligten Forschungs- und Praxispartner müssen im Impressum genannt werden.

Welche urheberrechtlichen Voraussetzungen sind zu berücksichtigen?

Der Wegweiser ist urheberrechtlich geschützt. Eine Vervielfältigung und Nutzung, auch einzelner Teile, ist nur mit schriftlicher Erlaubnis der Urheber gestattet. Die Genehmigung für die Nutzung ist beim Ansprechpartner des ISOE, Dr. Immanuel Stieß einzuholen (Kontakt Daten s. Impressum). Alle Rechte an Bildern, Fotos und Zeichnungen liegen bei den Autorinnen und Autoren.

Für die nichtkommerzielle Nutzung werden diese Materialien kostenlos zur Verfügung gestellt. Abweichungen oder Änderungen hiervon sind ausschließlich in dem oben genannten Rahmen erlaubt. Für die Nachnutzung muss die Erlaubnis zum Nachdruck bei den Urhebern eingeholt werden. Der Fördermittelgeber einschließlich Logo muss genannt werden.

Mit welchen Kosten ist zu rechnen?

Die Produktionskosten für den Wegweiser sind abhängig von der gewählten Ausführung (Materialien) und der Höhe der Auflage. Für die in der Pilotphase verwendeten Exemplare lagen die Kosten für Herstellung, Konfektionierung und Versand bei 13,50 Euro pro Stück (netto) bei einer Auflage von durchschnittlich 600 Exemplaren pro Region.

Etwa die Hälfte der Herstellungskosten entfällt auf die Produktion der aufwendigen Ordnerhülle. Bei einer Produktion des Wegweisers als Broschüre können die Herstellungskosten deutlich gesenkt werden.

*Der Wegweiser
Hauskauf für Bremen
und Bremerhaven*



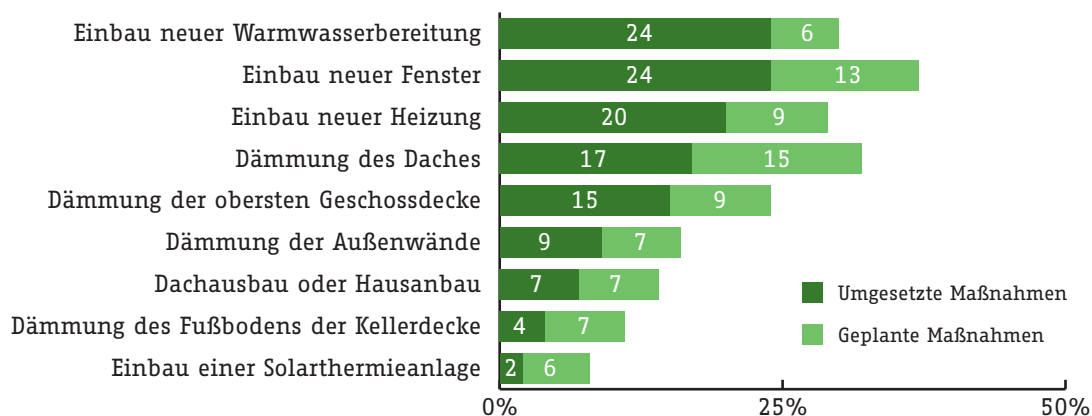
5 Wissenschaftlich untersucht – die Wirkung des Wegweisers Hauskauf

Welche Wirkung erzielt der Wegweiser? Um dies abzuschätzen, wurden Personen, die den Wegweiser in Anspruch genommen haben, wissenschaftlich befragt. Insgesamt wurden in den vier Pilotregionen im Verlauf der Erprobung rund 1.500 Exemplare des Wegweisers verteilt. Von etwa 25 Prozent dieser Empfänger lagen Adressen vor, so dass diese für die Erhebung kontaktiert werden konnten. Von den Forschungspartnern wurden 79 Personen befragt. 54 Befragte waren Hauskäufer oder Erben.

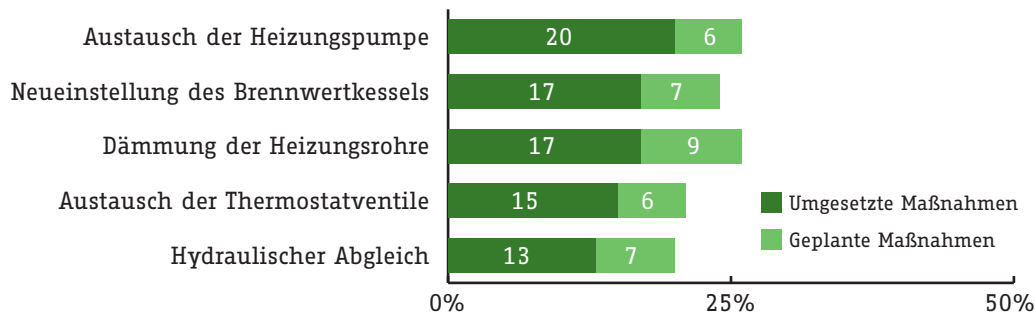
Die Empfänger wurden durch den Wegweiser vor allem dazu motiviert, sich näher mit dem Thema Energieeffizienz zu beschäftigen, eine energetische Modernisierung ins Auge zu fassen, weiterführende Informations- und Beratungsangebote zu nutzen und Kontakt zu Experten aufzunehmen. Nur knapp ein Viertel der Befragten gab an, dass die Mappe keine Folgeaktivitäten ausgelöst hat.

Etwa ein Drittel der Hauskäufer und Erben hat seit Erhalt des Wegweisers energetische Modernisierungsmaßnahmen umgesetzt, weitere 20 Prozent haben vor, Maßnahmen in den kommenden

12 Monaten umzusetzen (Stand September 2014). Am häufigsten wurden folgende Maßnahmen umgesetzt: Einbau neuer Warmwassersysteme, Fenster und Heizungssysteme sowie die Dämmung des Daches und der obersten Geschossdecke. Zu den häufigsten zukünftig geplanten Maßnahmen zählen die Dämmung des Daches und der Einbau neuer Fenster. Optimierungsmaßnahmen am bestehenden Heizungssystem, wie der Austausch der Heizungspumpe oder die Neueinstellung des Brennwertkessels, wurden nach Erhalt des Wegweisers ebenfalls häufig geplant oder umgesetzt.



Umgesetzte oder in den nächsten zwölf Monaten geplante umfangreichere investive Sanierungsmaßnahmen seit Erhalt des Wegweisers (Basis: 54 Hauskäufer/Erben)



Umgesetzte oder in den nächsten zwölf Monaten geplante Optimierungsmaßnahmen am bestehenden Heizungssystem seit Erhalt der Mappe (Basis: 54 Hauskäufer/Erben)

Seit der EnEV 2009 ist die Dämmung der obersten Geschossdecke bzw. alternativ des Daches Pflicht. Durch die Umsetzung der von den Befragten genannten Maßnahmen waren nahezu alle Gebäude in der Stichprobe am Dach oder an der obersten Geschossdecke gedämmt. Bei den Nutzern des Wegweisers kann so gut wie kein Vollzugsdefizit festgestellt werden – die entsprechenden Hinweise in dem Wegweiser tragen vermutlich dazu bei, das vielfach angemahnte Vollzugsdefizit der EnEV zu reduzieren.

Etwas mehr als ein Drittel der befragten Hauskäufer und Erben hat seit Erhalt des Wegweisers eine Energieberatung in Anspruch genommen. Diese Gruppe hat im Schnitt mehr Maßnahmen umgesetzt als diejenigen, die keine Beratung genutzt haben. Mehr als die Hälfte der Personen, die eine Energieberatung nutzten, sahen im Schutz vor Fehlinvestitionen die wichtigste Wirkung der Beratung. Die durch den Wegweiser angeregte Energieberatung unterstützt somit die Entwicklung eines angepassten, individuellen Sanierungsfahrplans für das konkrete Objekt.

Knapp 60 Prozent der befragten Hauskäuferinnen und Erben gaben an, dass der Wegweiser eine ergänzende Hilfe bei der Entscheidung für eine energetische Sanierung oder für das Aufsuchen einer Energieberatung war. Für etwa ein Viertel war der Wegweiser sogar eine wichtige Hilfe oder hat sogar den entscheidenden Impuls gegeben.

Der Beitrag des Wegweisers zum Klimaschutz

Derzeit wechseln jährlich etwa 150.000 gebrauchte Ein- und Zweifamilienhäuser in Deutschland den Besitzer. In wirtschaftlich günstigen Jahren waren es in der Vergangenheit noch deutlich mehr. Deutschlandweit kann der Wegweiser, der die Sanierungsgelegenheit der Eigentumsübertragung adressiert, somit dazu beitragen, ein relevantes Potenzial zur Energie- und CO₂-Einsparung zu erschließen.

Grundsätzlich ist bei der Wirkungsanalyse zu beachten, dass energetische Sanierungsmaßnahmen nie allein aufgrund eines einzelnen Instrumentes umgesetzt werden. Häufig haben Hauseigentümerinnen bereits vor Erhalt des Wegweisers von Sanierungsmöglichkeiten gehört oder sie hatten sogar schon konkrete Pläne. Einige Eigentümer erhalten nach der Beschäftigung mit dem Wegweiser und gegebenenfalls der Inanspruchnahme einer Energieberatung auch eine finanzielle Förderung für die Sanierung. Der Einfluss dieser sehr unterschiedlichen Instrumente auf die Sanierungsentscheidung lässt sich in Einzelevaluationen nicht sauber trennen. Die Ergebnisse solcher Evaluationen können daher nicht ohne Weiteres addiert werden, da dies zu Doppelzählungen führen kann. Sprich, es würden insgesamt höhere CO₂-Einsparungen ausgewiesen als tatsächlich erreicht wurden. Deshalb wurde basierend auf der Relevanz des Wegweisers für die Sanierungsentscheidung

zung ein Gewichtungsfaktor abgeleitet, so dass die erzielte Energieeinsparung bzw. Treibhausgasvermeidung nur anteilig dem Wegweiser zugeordnet wurden.

Vor der Sanierung war der Primärenergiebedarf der Gebäude mit durchschnittlich 315 kWh/(m²a) sehr hoch. Durch die umgesetzten und geplanten Maßnahmen wird der mittlere Primärenergiebedarf der Gebäude um etwa 30 Prozent gesenkt. Damit trägt der Wegweiser zum Erreichen der Klimaschutzziele der Bundesregierung bei. Es wird aber auch deutlich, dass weitere Anstrengungen auf Bundes-, Länder-, und Kommunalebene erforderlich sind, um die ehrgeizigen Klimaschutzziele der Bundesregierung einer Reduktion der Treibhausgasemissionen bis zum Jahr 2020 um 40 Prozent gegenüber den Werten für das Jahr 1990 zu erreichen.

Pro ausgegebenem Exemplar werden durch die umgesetzten und geplanten Maßnahmen jährlich drei MWh Primärenergie und 750 kg CO_{2eq} vermieden. In diesen Werten ist sowohl der Einflussfaktor berücksichtigt als auch, dass nur ein Teil der Nutzerinnen überhaupt Maßnahmen seit Erhalt des Wegweisers umgesetzt oder geplant hat.

Insgesamt wurden in den vier Pilotregionen im Verlauf der Erprobung des Wegweisers Hauskauf rund 1.500 Mappen verteilt. Etwa 1.000 davon

wurden an Hauskäuferinnen und Erben ausgegeben. Durch diese Mappen werden insgesamt drei GWh Primärenergie und 750 Tonnen CO_{2eq} eingespart. Darüber, was der Wegweiser bei den Nichthauskäufern, die ein Exemplar erhalten haben, ausgelöst hat, kann keine Aussage getroffen werden. Da sich diese Gruppe nach eigener Aussage in ähnlichem Maße wie die Hauskäufer zur energetischen Modernisierung motiviert fühlt, hat sie vermutlich aber ebenfalls energetische Sanierungsmaßnahmen umgesetzt und/oder hat dies geplant.

Bei Verstärkung des Wegweisers Hauskauf kann von Kosten von etwa 13,50 Euro pro Exemplar für Produktion und Vertrieb ausgegangen werden. Die Kosten pro vermiedener Tonne CO₂, die durch den Wegweiser bei dem Träger anfallen, sind mit weniger als 20 Euro relativ gering. Der Wegweiser ist daher als Ergänzung zu guten Beratungsangeboten und passenden Fördermöglichkeiten ein vielversprechendes Klimaschutzinstrument, das in dem günstigen Gelegenheitsfenster Hauskauf die Neueigentümer für das Thema energetische Modernisierung sensibilisiert.

Impressum

Der Leitfaden „Kommunikationsstrategie ‚Wegweiser Hauskauf – Energetisches Modernisieren zahlt sich aus‘“ entstand im Forschungsprojekt „Kommunikationsstrategie ‚Eigentumsübertragung‘ zur energetischen Sanierung beim Eigenheimerwerb“. An dem vom ISOE – Institut für sozial-ökologische Forschung geleiteten Vorhaben waren das Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) als weiterer Forschungspartner sowie die Bremer Energie-Konsens GmbH, die Klimaschutzagentur Region Hannover GmbH und die Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e.V. als Praxispartner beteiligt.

Das Vorhaben wurde unter dem Förderkennzeichen 03KSF017 gefördert vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestags. Die Verantwortung für den Inhalt liegt bei den Herausgebern.

Herausgeber:

ISOE – Institut für sozial-ökologische Forschung
GmbH (gemeinnützig)

Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW)

Ansprechpartner für den Projektverbund:

Dr. Immanuel Stieß
ISOE – Institut für sozial-ökologische Forschung
Hamburger Allee 45
60486 Frankfurt am Main
E-Mail: stiess@isoe.de

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

Wir danken Ulrich Pollkläsener (Bremer Energie-Konsens GmbH), Christoph Felten (Klimaschutzagentur Region Hannover GmbH), Thomas Zwingmann und Maria Feldhaus (Verbraucherzentrale NRW e.V.) für ihre Kommentare und Hinweise.

Redaktion: Dr. Nicola Schuldt-Baumgart (ISOE)

Layout: Harry Kleespies (ISOE)

Bildnachweis für die Auszüge aus dem Wegweiser Hauskauf: Projektverbund „EiMap – Kommunikationsstrategie ‚Eigentumsübertragung‘ zur energetischen Sanierung beim Eigenheimerwerb“

Druck: Colour Connection GmbH, Frankfurt am Main

Frankfurt am Main/Berlin, April 2015

Das vorliegende Werk ist urheberrechtlich geschützt. Eine Vervielfältigung und Nutzung, auch einzelner Teile, ist nur mit schriftlicher Erlaubnis der Urheber gestattet. Alle Rechte an Bildern, Fotos und Zeichnungen liegen bei den Autorinnen und Autoren.

