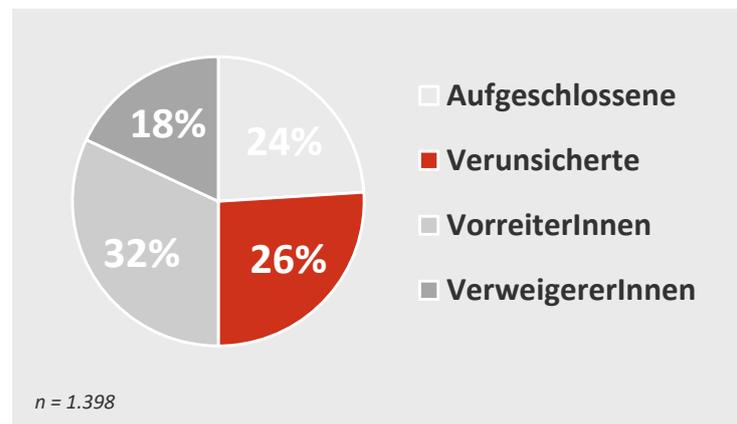


## ● Die Verunsicherten

### Wohn- und Lebenssituation

- ▶ **Rund ein Viertel** aller Immobilienbesitzer\*innen Österreichs fällt in diese Gruppe ▶▶
- ▶ 57% Männer, 43% Frauen; keine großen Abweichungen vom Durchschnitt in Bezug auf Bildungslevel
- ▶ 46% der Verunsicherten verfügen über mindestens eine Wohnung, 72% über mindestens ein Haus (beides ist auch möglich)
- ▶ Größter Anteil (38%) an Pensionist\*innen an allen Gruppen, 54% sind berufstätig, mit einem Medianalter von 56 Jahren die älteste Gruppe
- ▶ Leichte Konzentration der Gruppe in **Wien**, 59% wohnen im **urbanen Raum** (Durchschnitt über alle Gruppen: 53%)



### Kurzbeschreibung des Typs

Die „Verunsicherten“ sind unentschlossen was einen Heizungstausch oder die energetische Haussanierung betrifft. Sie haben entsprechende Maßnahmen bisher am seltensten umgesetzt, stattdessen heizen sie noch am häufigsten mit Gas (39%). In fast allen Einstellungen zu Umwelt und Klima oder Immobilienbesitz liegt die Gruppe im Durchschnitt aller Befragten. Die Zufriedenheit mit dem Heizsystem ist ebenfalls durchschnittlich. Es gibt also keine ausgeprägte Verweigerungshaltung oder Opposition gegen eine Sanierung. Gleichzeitig kann für diese Gruppe kein wirklich überzeugender Grund für eine Sanierung identifiziert werden. Es dominiert eine gewisse Skepsis, die zumindest teilweise auch auf einer ausbleibenden Beschäftigung mit dem Thema beruht.

Für die Gruppe sprechen weniger praktische Barrieren gegen eine Sanierung, es stellt sich eher die Frage, ob sich eine Sanierung finanziell und vom Aufwand (noch) lohnt. So ist man in dieser Gruppe überdurchschnittlich häufig der Meinung, dass sich künftige Besitzer\*innen um die Sanierung kümmern sollten. Hier spielt auch die Lebensphase eine Rolle. Die Gruppe besteht aber nicht nur aus Pensionist\*innen, sondern auch aus Personen, die insgesamt verunsichert sind: Kann und soll man sich in der aktuellen Situation eine Sanierung leisten? Rechnet sich die Maßnahme wirklich? Steigt dadurch der Wohnkomfort überhaupt und leistet eine Maßnahme wirklich einen Beitrag zum Umweltschutz? Gerade finanzielle Aspekte spielen eine Rolle, so ist der wahrgenommene Förderbedarf überdurchschnittlich ausgeprägt.

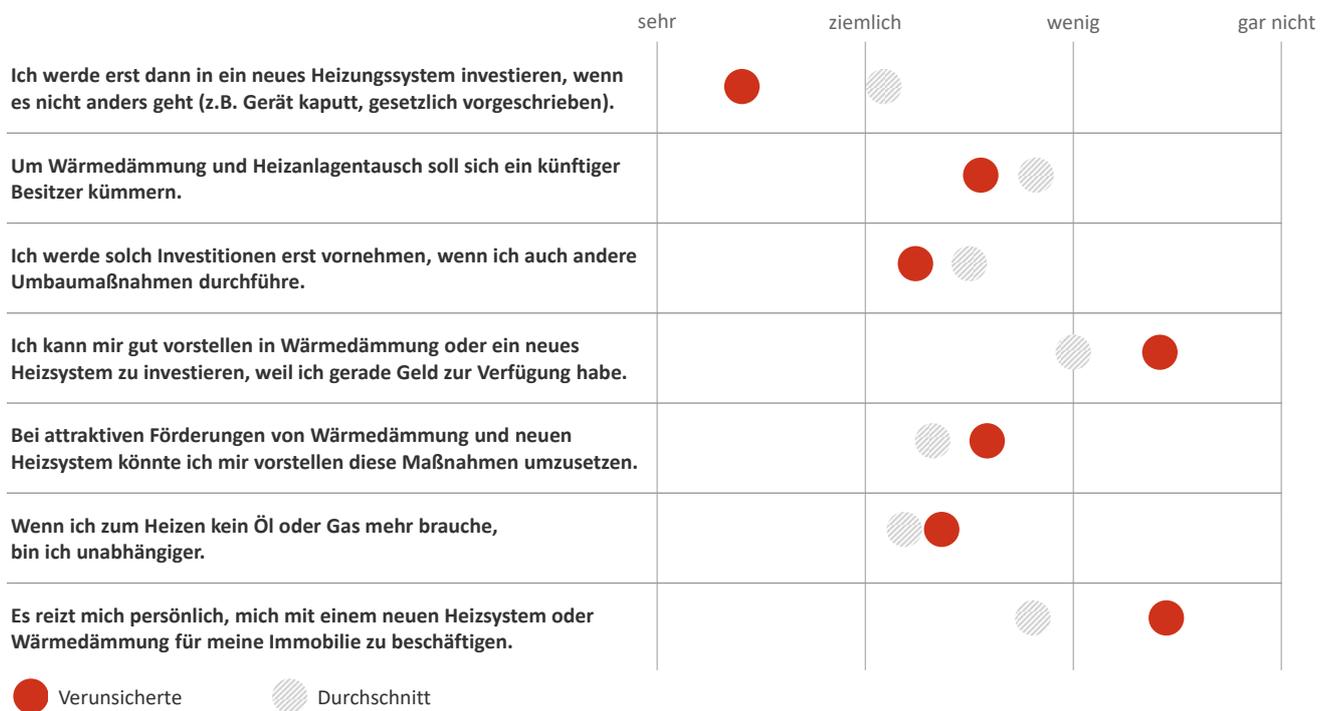
Diese Gruppe zu Sanierungen zu bewegen ist schwierig. Grundlegende Überzeugungsarbeit ist gefragt. Dabei stellt sich die Frage, wie diese Gruppe erreicht werden kann. Dazu bieten sich klassische Ansätze der Öffentlichkeitsarbeit an, etwa Beiträge im regionalen Fernsehen oder in Zeitungen.

Beim Heizungstausch kommt es bei dieser Gruppe auch auf das Timing an: Diese Gruppe ist erst bereit, Maßnahmen umzusetzen, wenn es nicht mehr anders geht. Rund um diesen Zeitpunkt ist die Kommunikation am effektivsten. Um diese Zeitfenster zu identifizieren wäre die Einbindung von Banken, Versicherungsunternehmen, Rauchfangkehr- und Handwerksbetrieben vielversprechend. Insbesondere sind aber auch gesetzliche Vorgaben (z.B. Erneuerbaren-Gebot) relevant.

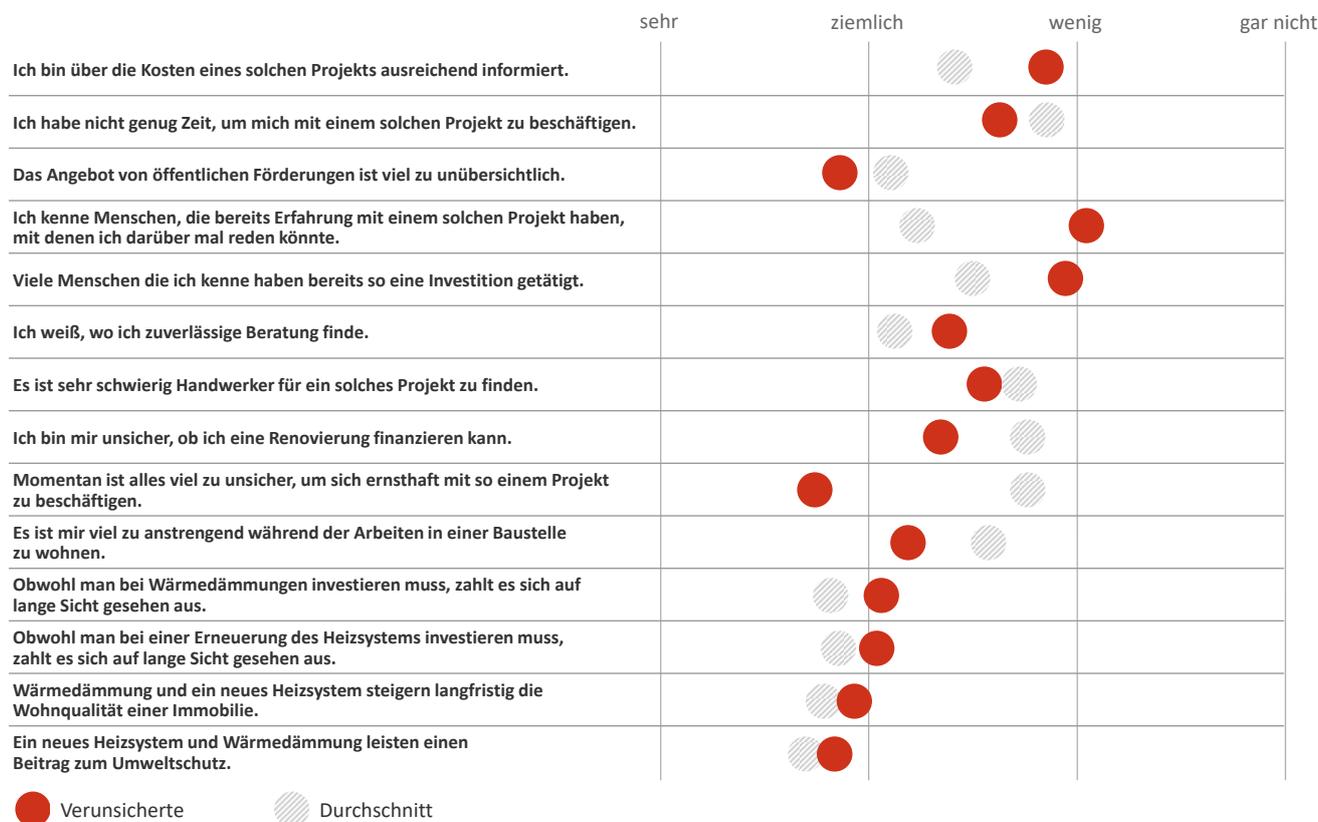
**Relevante Einstellungen zu Energiezukunft und Klimaschutz**

- ▶ Die Verunsicherten sind nicht prinzipiell reserviert gegenüber der Energiewende und Klimaschutz, sie kennen die Vorteile regionaler, erneuerbarer Energiequellen gegenüber importiertem Öl und Gas. Das ökologische Bewusstsein ist aber weniger ausgeprägt als bei Vorreiter\*innen und Aufgeschlossenen.
- ▶ Die Anschaffung eines umweltfreundlichen Heizsystems und/oder thermische Verbesserungen bei der Immobilie empfinden die Verunsicherten von allen Gruppen am wenigsten attraktiv (nahe bei „wenig attraktiv“). Es braucht also einen äußeren Impuls für die Einleitung von Maßnahmen.

**Einstellungen rund um Heizungstausch und Sanierung**



Dieser Steckbrief wurde im Rahmen des UFI-finanzierten Projekts „motEEvate“ erstellt. Er soll Kommunikator\*innen helfen, österreichische Immobilienbesitzer\*innen zielgruppengerecht anzusprechen und damit verstärkt zu thermischen Modernisierungen und zum Ersatz von fossilen Heizsystemen hin zu klimafreundlichen Energieträgern bewegen. Insgesamt gibt es vier Steckbriefe, jeweils einen pro „Sanierungs-/Heizungstausch-Typ“.



**Welche Beratungs- und Unterstützungsangebote wünscht sich diese Gruppe?**

Die Bewertung aller Beratungs- und Unterstützungsangebote spiegelt die Einschätzung aller Immobilienbesitzer\*innen wider (sehr hilfreich (1) – gar nicht hilfreich (4)):

- ▶ Zentrales Förderansuchen (Verunsicherte: 1,57 | Alle Befragten: Ø 1,67)
- ▶ Verbindliche Förderzusagen für bis zu 1 Jahr (1,74 | Ø 1,75)
- ▶ One-Stop-Shop (1,78 | Ø 1,82)
- ▶ Kostenlose Energieberatung zuhause (1,82 | Ø 1,80)
- ▶ Anlagen-Contracting (2,56 | Ø 2,55)

Die Investitionsbereitschaft dieser Gruppe ist eher schwächer ausgeprägt, der Förderbedarf für die Umsetzung einer Sanierungsmaßnahme ist überdurchschnittlich hoch.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Der Median der Investitionsbereitschaft in ein neues Heizsystem liegt bei 10.000 Euro (alle Befragte: 10.000 Euro) und bei der Wärmedämmung bei 7.000 Euro (10.000 Euro). Der Median des wahrgenommenen Förderbedarfs bei einer Investition in das Heizsystem in Höhe von 25.000 Euro beträgt 12.000 Euro (10.000 Euro), bei einer Investition in die Wärmedämmung von 65.000 Euro beträgt er 25.000 Euro (20.000 Euro).

Dieser Steckbrief wurde im Rahmen des UFI-finanzierten Projekts „motEEvate“ erstellt. Er soll Kommunikator\*innen helfen, österreichische Immobilienbesitzer\*innen zielgruppengerecht anzusprechen und damit verstärkt zu thermischen Modernisierungen und zum Ersatz von fossilen Heizsystemen hin zu klimafreundlichen Energieträgern bewegen. Insgesamt gibt es vier Steckbriefe, jeweils einen pro „Sanierungs-/ Heizungstausch-Typ“.

#### Kommunikationsziele

Kommunikationsziel für diese Gruppe ist es, Vorteile von Sanierungen und Heizungstausch aufzuzeigen, die nicht unbedingt in der Sphäre des Klimaschutzes angesiedelt sind. Dieser Gruppe fehlt das überzeugende Argument für eine Sanierung, hier könnten eher hedonistische Aspekte wie der Wohnwert, der geringere Aufwand oder Kostenersparnisse angeführt werden. Die Außenwirkung oder aber die Vorsorge für kommende Generationen könnte eine Rolle spielen: Diese Gruppe ist zum Beispiel sehr wohl der Meinung, dass die Immobilie herzeigbar sein sollte, sogar in einem ähnlichen Ausmaß wie die Vorreiter\*innen. Den Modernisierungscharakter von Sanierungen und einem Heizungstausch hervorzuheben, könnte demnach sinnvoll sein. Zudem ist diese Gruppe durchaus preissensibel. Die geringeren Vollkosten von klimafreundlichen Heizsystemen in Kombination mit der kommenden CO<sub>2</sub>-Bepreisung für Gas und Öl könnte ebenfalls ein gewichtiges Argument sein, sich den Heizungstausch und/oder die Sanierung doch zu überlegen.

#### Zu vermittelnde Botschaften:

- ▶ Der Austausch der Heizung und die Sanierung hat viele Vorteile: finanziell, ökologisch und auch für den Wohnwert
- ▶ „Schau, es gibt JETZT attraktive Förderungen!“
- ▶ „Tu es für deine Kinder!“
- ▶ Tausch von Heizung und neue Wärmedämmung können gleich mit anderen Arbeiten am Objekt miterledigt werden.
- ▶ „Es gibt viele Angebote für Beratung – für jede\*n ist das Richtige dabei!“
- ▶ „Gerade jetzt ist ein guter Zeitpunkt, um das eigene Heizsystem zu erneuern.“

#### Zu vermeidende Botschaften:

- ▶ Aussagen, die weiter verunsichern (z.B. widersprüchliche Angaben zu Kosten oder empfohlenem Heizsystem)
- ▶ Projektcharakter von Heizungstausch und Wärmedämmung nicht betonen, das reizt diese Gruppe überhaupt nicht.