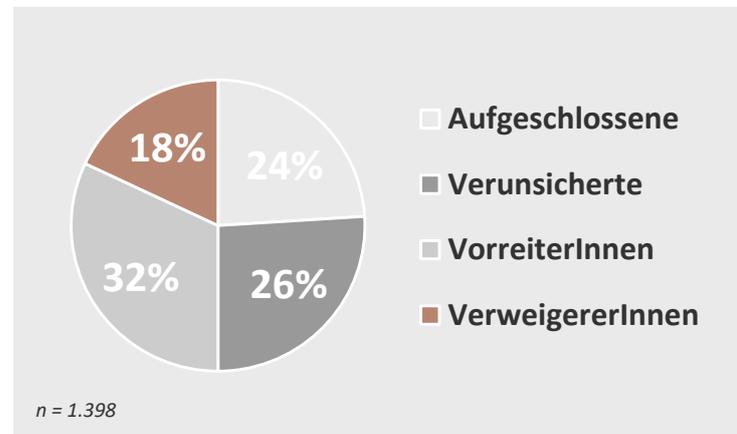


## ● Die Verweigerer\*innen

### Wohn- und Lebenssituation

- ▶ **Fast ein Fünftel** aller Immobilienbesitzer\*innen Österreichs fällt in diese Gruppe. ▶▶
- ▶ Eher **männlich** dominierte Gruppe (61%), **jünger**, im Mittel Anfang der 40er (Ø: 53)
- ▶ Großer Anteil an Absolvent\*innen von **Lehre, Pflichtschule und berufsbildenden Schulen** (57%)
- ▶ Zwei Drittel sind **berufstätig**, nur ein Fünftel in Pension (große Abweichung zu anderen Gruppen).
- ▶ Großteil lebt im **urbanen Umfeld** (59%), geringster Anteil an Vertreter\*innen, die in dünn besiedelten Regionen wohnen (im Vergleich zu anderen Gruppen).
- ▶ Hinsichtlich des Immobilienbesitzes ist diese Gruppe heterogen: Der Anteil der Haushalte, die genau eine Wohnung (24%, Ø: 20%) oder aber viele verschiedene Immobilien besitzen, ist überdurchschnittlich (33%, Ø: 26%). Einfamilienhausbesitzer\*innen sind dagegen leicht unterrepräsentiert (73%, Ø: 76%).
- ▶ Die Verweigerer\*innen heizen überdurchschnittlich oft (auch) mit Gas, Kohle, Öl oder direktelektrisch, der Großteil mit Gas. Zwei Drittel sind mit ihrem aktuellen Heizsystem aber **unzufrieden**, nur ein Drittel ist zufrieden. In allen anderen Gruppen ist dieses Verhältnis umgekehrt.



### Kurzbeschreibung des Typs

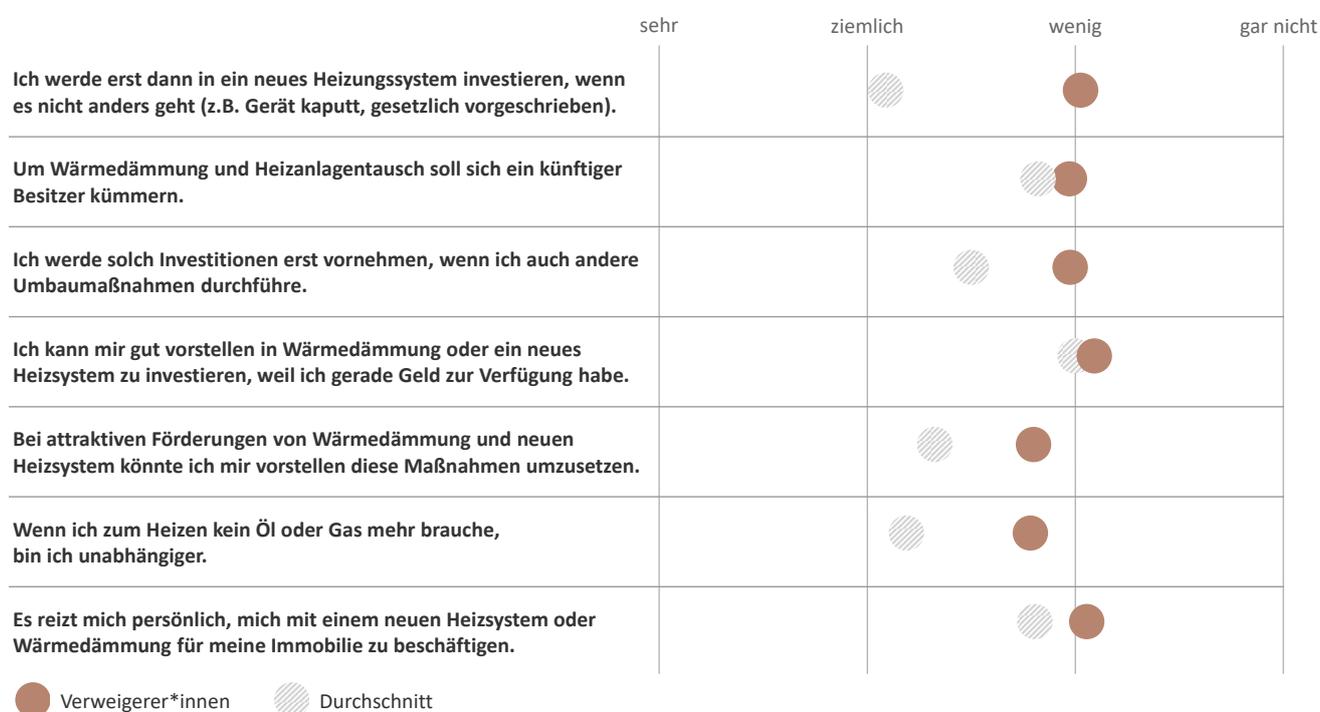
Die „Verweigerer\*innen“ sind mit ihrem aktuellen Heizsystem merklich unzufrieden. Dies betrifft alle Aspekte – Kosten, Bedienbarkeit, Zuverlässigkeit, Umwelteffekte und den resultierenden Wohnkomfort. Trotzdem unternehmen sie wenig, um die Situation zu ändern. Ein umweltfreundliches Heizsystem ist für sie prinzipiell attraktiv, aber sie fühlen sich schlecht informiert, kennen in ihrem Umfeld wenige Personen, die entsprechende Maßnahmen umgesetzt haben und wissen auch nicht, wo sie Beratung finden. Sie betonen die mit einer Sanierung verbundenen Aufwände – seien es Kosten, Zeit oder die verschiedenen praktischen Schwierigkeiten. Dadurch legitimieren sie gleichzeitig ihre ablehnende Haltung. Damit eine Sanierung attraktiv wird, fordern sie höhere finanzielle Unterstützungsleistungen. Insgesamt fühlen sie sich aber nicht dazu verpflichtet, tätig zu werden (etwa um den Wert der Immobilie zu erhalten, Vorsorge für kommende Generationen oder das Klima zu leisten) und wollen sich mit dem Thema eigentlich möglichst wenig beschäftigen. Dies kann zumindest auch damit zusammenhängen, dass in der aktuellen Lebensphase andere Dinge – Etablierung im Berufsleben, Familiengründung – als wichtiger wahrgenommen werden.

Sie sind von den ökonomischen, ökologischen und gesundheitlichen Vorzügen einer Heizungs- oder Hausmodernisierung nicht überzeugt. Die Verweigerer\*innen sind eine Zielgruppe für gesetzliche Vorgaben (z.B. Erneuerbaren-Gebot).

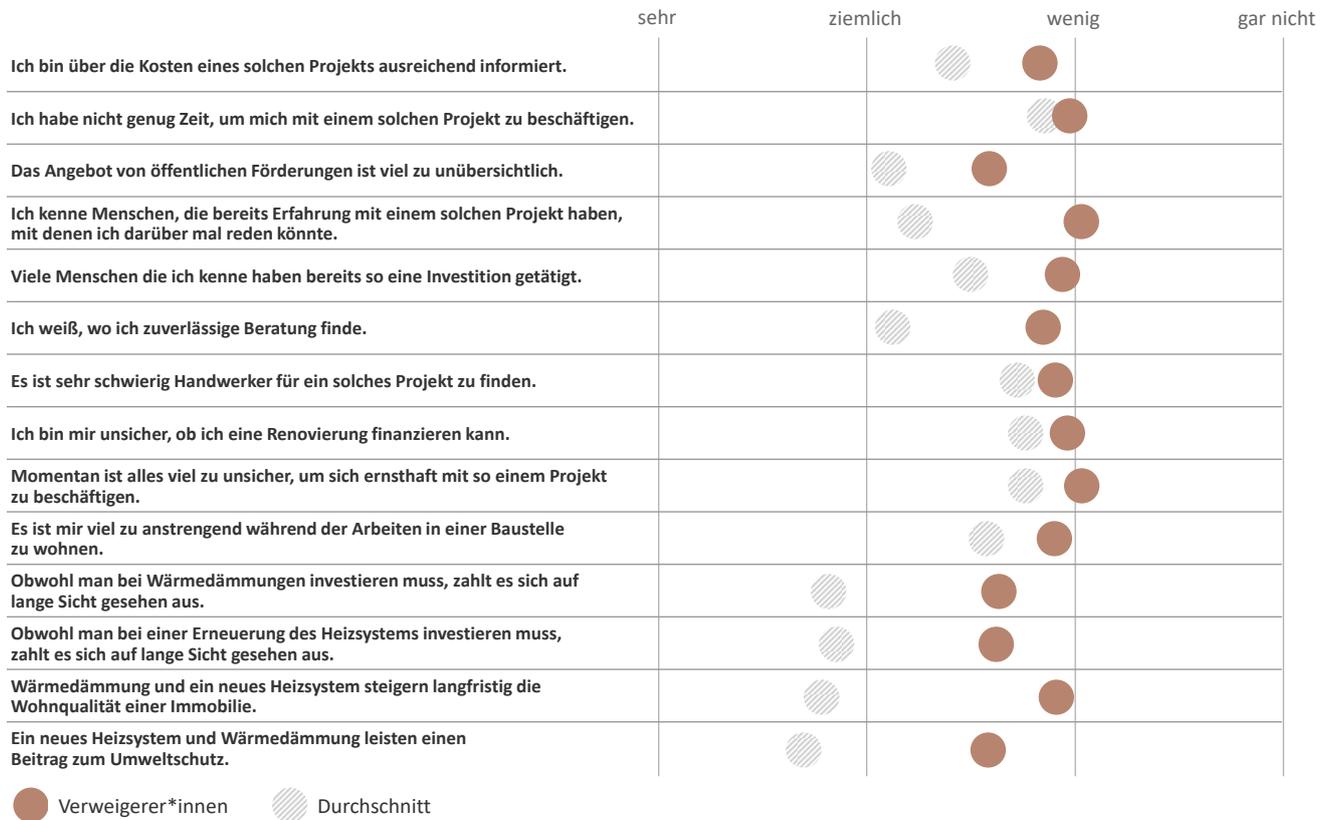
**Relevante Einstellungen zu Energiezukunft und Klimaschutz**

- ▶ Öl und Gas werden unkritisch gesehen. Man erwartet keine Preissteigerungen, die Importabhängigkeit wird nicht als Problem wahrgenommen, ein Verbot ihrer Nutzung als nicht wahrscheinlich eingeschätzt. Konsequenterweise ist die Nutzung regionaler, erneuerbarer Energieträger wenig erstrebenswert.
- ▶ Das ökologische Bewusstsein ist in dieser Gruppe weniger stark ausgeprägt, zumindest ist Klimaschutz nichts, was mit dem eigenen Verhalten zu tun hat.

**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?**

Alle Beratungs- und Unterstützungsangebote werden als nicht hilfreich bewertet (sehr hilfreich (1) – gar nicht hilfreich (4)). Es ist davon auszugehen, dass die Verweigerer\*innen auch durch ein breites Beratungsangebot nicht von einem Sanierungs- oder Heizungstauschprojekt überzeugt werden können (n=208-225).

- ▶ Verbindliche Förderzusagen für bis zu 1 Jahr (Verweigerer\*innen: 2,53 | Alle Befragten: Ø 1,75)
- ▶ Kostenlose Energieberatung zuhause (2,54 | Ø 1,80)
- ▶ Zentrales Förderansuchen (2,55 | Ø 1,67)
- ▶ One-Stop-Shop (2,57 | Ø 1,82)
- ▶ Anlagen-Contracting (2,87 | Ø 2,55)

Die Investitionsbereitschaft dieser Gruppe ist niedrig, der Förderbedarf für die Umsetzung einer Sanierungsmaßnahme ist 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 5.000 Euro (10.000 Euro). Der Median des wahrgenommenen Förderbedarfs bei einer Investition in das Heizsystem in Höhe von 25.000 Euro beträgt 10.000 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

Die Verweigerer\*innen sind als Zielgruppe für Kommunikationsmaßnahmen von eher untergeordneter Rolle. Sie sind sehr schwierig abzuholen und zeigen nahezu durchgehende Ablehnung, sich überhaupt mit dem Thema zu beschäftigen. Ihnen fehlt das Bewusstsein für Umwelt- und Klimaschutz und sie erkennen nicht den langfristigen Wert von Heizungstausch und Wärmedämmung. Wir empfehlen, diese Gruppe in die Kommunikation nicht speziell einzubeziehen. Offensive Kommunikation könnte den Widerstand dieser Gruppe von Immobilienbesitzer\*innen sogar erhöhen.

Gegebenenfalls macht für diese Gruppe die Kommunikation über Role Models / Influencer\*innen / Testimonials Sinn, da die Mitglieder dieser Gruppe in ihrem sozialen Umfeld oft niemanden kennen, der\*die schon Sanierungen von Wärmedämmung oder Heizungssystemen durchgeführt hat. Hier wären Social-Media-Aktivitäten möglich, die auch gezielt auf Förderangebote aufmerksam machen oder zu Beratungseinrichtungen weiterleiten. Postings müssten in so einem Fall von Personen ausgehen, denen die Verweigerer\*innen eine hohe Glaubwürdigkeit attestieren (oder Postings, die diese wiedergeben).