

The background of the slide is a photograph of a beach. In the foreground, there is a sandy beach. In the middle ground, there is a lifeguard stand with a yellow flag on top. To the left and right of the lifeguard stand are two tall, white wind turbines. The sky is a clear, light blue. The text is overlaid on a semi-transparent white box in the upper half of the image.

Investitionsentscheidungen für energetisches Sanieren

Monitor zur Klimawende 2022

Angebot zur Teilnahme an einer Mehrbezieher-Untersuchung

Dr. Oliver Gaedeke & Niklas Geib

30. Juni 2022

The logo for Sirius Campus, consisting of a solid black horizontal bar above a solid black vertical bar.

**sirius
campus**

Investitionsentscheidungen für energetisches Sanieren

Angebot zum *Monitor zur Klimawende 2022*

Gliederung des Angebots

1. Hintergrund und Zielsetzung
2. Fragestellungen und Untersuchungsinhalte
3. Untersuchungsdesign
4. Ihre Möglichkeiten der Teilnahme
5. Über Sirius Campus



Wie lassen sich das Interesse und die tatsächlichen Investitionen in energetische Sanierungen steigern?

1. Hintergrund und Zielsetzung

Am 22. Juni hat Sirius Campus mit Förderbanken, Finanzdienstleistern und Verbänden eine Konferenz zu den aktuellen Handlungsfelder im Sanierungsmarkt durchgeführt

Themen bei der Sirius Campus Konferenz „Investitionsentscheidungen für energetisches Sanieren“

Wie kommuniziere ich unser Beratungsangebot / unsere Finanzierungsförderung am besten?

Wie hat sich das Potenzial in den letzten 12 Monaten verändert? Wie erreiche ich eher passive Kunden?

Wie stehen die Deutschen überhaupt zum Thema Energiesparen? Wie kann man sie stärker aktivieren, darüber nachzudenken?

Wie kommen Handwerker mit den neuen Anforderungen zurecht? Sichtworte: Kombination mehrerer Gewerke, Beratungseffizienz, Beratung zu staatlichen Förderungen, Lieferketten, etc.

Wie motiviere ich Kunden aus dem Gebäudebestand für eine Investition?

Dieses Angebot richtet sich an Verantwortliche aus dem Marketing, Vertrieb, Research- und Produktentwicklung

Hintergrund und Zielsetzung

- Mit dem Sirius Campus „**Monitor zur Klimawende**“ beobachten wir den Sanierungsmarkt bereits seit 2020. Dabei steht nicht nur die Trendanalyse tatsächlicher Sanierungen und geplanter Sanierungen im Fokus der Untersuchung. Vor allem der Prozess der Investition in eine energetische Sanierung der eigenen Immobilie wurde bereits in 2021 umfänglich untersucht.
- Die dazu durchgeführte Diskussion in unserer Konferenz hat alte, aber auch zahlreiche neue Fragen aufgeworfen:
 - Wie hat sich das Interesse für eine energetische Sanierungen durch den **Anstieg der Energiepreise** verändert?
 - Welche **Veränderungen bei den Treibern** für das Interesse und die Entscheidung für eine Investition lassen sich beobachten?
 - Werden nun auch bisher **passive Vermieter und Wohneigentümer** aktiver, gerade die Bewohner im älteren Gebäudebestand?
 - Welche Wirkung haben dabei **Kommunikationsmittel**?
 - Bremsen **steigende Baukosten** die Investitionsbereitschaft?
 - Welche **staatlichen Förderungen** sind ausreichend und wirksam genug, um das Interesse zu steigern und die Entscheidungen zu unterstützen?
 - Wie können Wohneigentümer und Vermieter besser für eine **(regelmäßige) Beratung zu einer energetischen Sanierung** erreicht werden? Wie werden sie bereits erreicht?
 - Welche Rolle spielt die Beratung durch das **zentrale Fachpersonal** (z. B. Handwerker, Energie-Effizienz-Experten) und welche Hebel können durch die Beratungskonzepte noch aktiviert werden? Interesse von Handwerkern Energie-Effizienz-Experte zu werden?
 - Welche **digitalen Instrumente** rund um die Beratung, Fördermittelbeantragung und -genehmigung haben ein Potenzial für eine höhere Effizienz des Fördergeschäfts?



Anhand unseres Wirkungsmodells entwickeln wir Handlungsempfehlungen

2. Fragestellungen und Untersuchungsinhalte

Anhand von non-reaktiven Treiberanalysen und experimentellen Tests ermitteln wir wirksame Anpacks zur Steigerung der Investitionsbereitschaft in energetische Sanierungen

Fragestellung: Wirkungsmodell und Handlungsfelder

Handlungsfeld 1: Wie kann das Interesse an energetischen Sanierungen gesteigert werden?



Interessenten für energetische Sanierungen

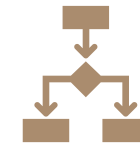
Handlungsfeld 2: Wie kann der Entscheidungsprozess gefördert werden?

Handlungsfeld 3: Wie können Ansprache und Angebote Interessenten das „gute Gefühl“ geben?

**Grundgesamtheit:
alle privaten Haushalte
bzw. alle KMUs**



**Abbruch
der Entscheidung**
(keine Investition)



Investition

Die Bekanntheit einer Maßnahme ist ein erster Schritt im Entscheidungsprozess für eine energetische Maßnahme

Untersuchungsinhalte: Zentrale Fragen für die Zeitreihenanalyse (teilweise ab 2020)

- Differenziert nach den vier Themenfeldern Dämmung, Heizungsanlage, Warmwasseraufbereitung und Stromgewinnung bzw. -einsparung werden folgende Fragen erhoben:
 - Wie bekannt sind unterschiedliche Maßnahmen für die energetischen Gebäudesanierungen?
 - Welche wurden in den letzten 5 Jahren realisiert?
 - Welche werden für die nächsten 5 Jahre geplant?
- Außerdem wird vertieft untersucht, welche jeweiligen Detailmaßnahmen dahinter liegen.
- Auf Basis unserer vorherigen Befragung können wir eine Zeitreihe meist ab dem Jahr 2020 darstellen.



Wärmedämmung

z. B. Fassaden, Dach, Keller, Fenster, Türen oder Innendämmung



effiziente Heizungsanlage

z. B. Gas-Brennwert-Heizung



regenerative Warmwasseraufbereitung

z. B. Solarthermie oder Wärmepumpe



Stromgewinnung oder -einsparung

z. B. Photovoltaik, Speicher, Wallbox oder intelligentes Energiesteuerungs-System

Einstellungen und Reaktionen auf die neue Nachhaltigkeitsorientierung im BEG

Befragungsinhalt: Nachhaltiges Energiesparen

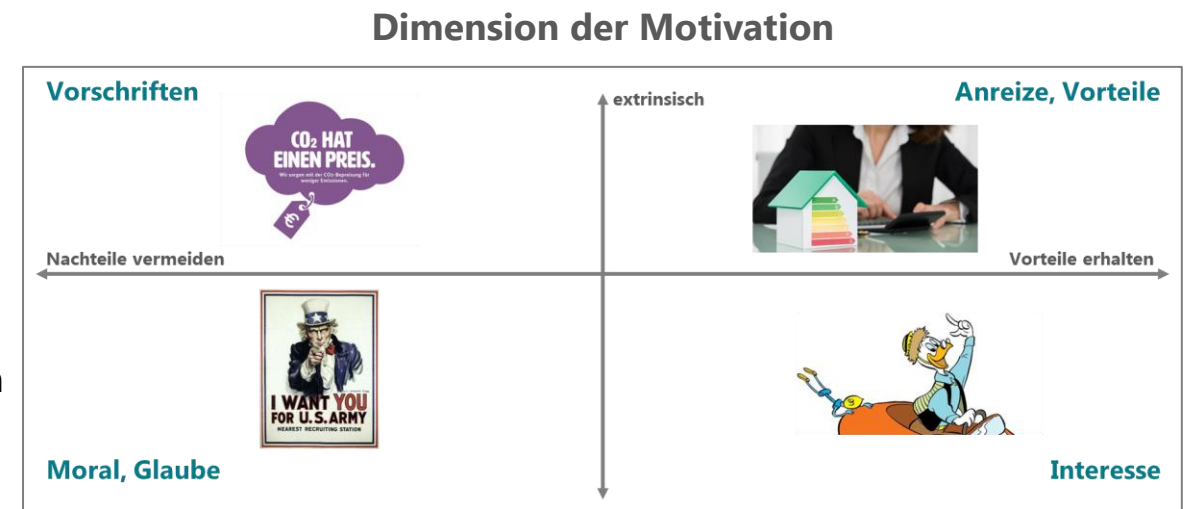
- Im letzten Jahr haben wir bereits ermittelt, dass **natürliche Dämmstoffe** für eine Wärmedämmung eine genauso große Wichtigkeit wie staatliche Zuschüsse in Höhe von 20% haben (Test in einer Max-Diff-Analyse zu Wärmedämmungsangeboten).
- Nun soll die **Verwendung nachhaltiger Baustoffe in das BEG** aufgenommen werden. Sowohl der Einsatz nachwachsender Rohstoffe als auch die Verwendung konventioneller Baustoffe (z. B. Stahl, Beton), die durch den Einsatz erneuerbarer Energien CO₂-reduziert hergestellt werden, sind dabei im Fokus.
- Im Zentrum einer möglichen Investitionsentscheidung steht das „Qualitätssiegel Nachhaltiges Gebäude Plus“ oder „Qualitätssiegel Nachhaltiges Gebäude Premium“.
- Hierzu planen wir die **Bekanntheit, Einstellung / Beurteilung und die bisherige bzw. geplante Ausrichtung** für ein nachhaltiges Bauen und Sanieren zu untersuchen.



Nach dem ersten Aufschrei ist alles bald vergessen. Oder ist der Energiepreisanstieg doch der wichtigste Impuls seit Langem?

Untersuchungsinhalte: Energiepreisanstieg

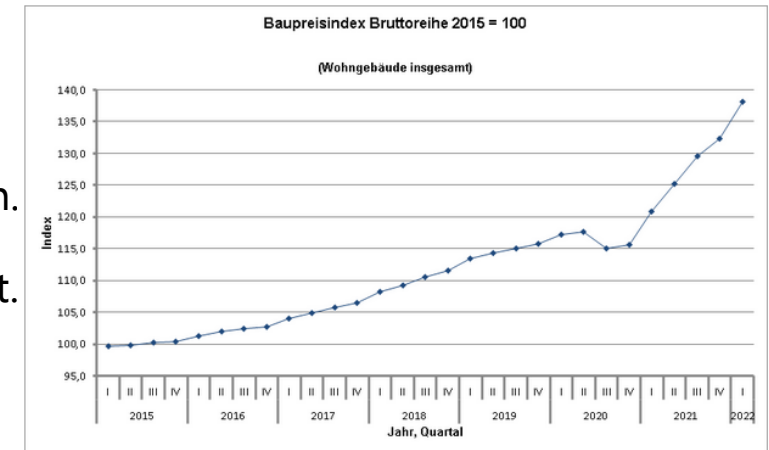
- Im Monitor zur Klimawende 2021 haben wir bereits erkannt, dass ein **hoher Energieverbrauch ein wichtiger Treiber** für das Interesse an energetischen Sanierung ist.
- Der **Energiepreisanstieg wird am stärksten an der Tankstelle erlebt** (Repräsentationsheuristik). Der seltener stattfindende Preisanstieg von Gas und Strom kann zwar kurzfristig auch ein negatives Erlebnis sein, aber häufig findet im Anschluss eine Gewöhnung statt.
- Wir wollen grundsätzlich die **subjektive Relevanz des Energiepreisanstiegs** sowie ihre kurz-, mittel- und langfristige Wirkung auf Intentionen und Verhalten untersuchen.
 - Interesse und Planung von energetischen Sanierungen
 - Veränderungsbereitschaft oder tatsächliche Veränderung beim Energiesparverhalten in den Bereichen Wohnen, Mobilität, Ernährung, Mode, Urlaub etc.
- Welche **Veränderungen bei den Treibern** für das Interesse und der Entscheidung lassen sich beobachten?
 - Welche neuen Informationsorte und Wahrnehmungen rund um den Energieverbrauch sind wirksam?
 - Z. B. **Monatlicher Energieverbrauch für Mieter**, NK-Abrechnung, Jahresabrechnungen, Informationsschreiben, etc.



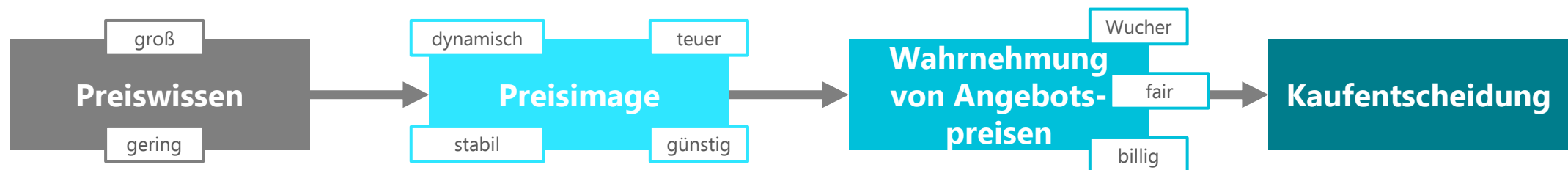
Preise steigen aus Verbrauchersicht nur, wenn man den Preisanstieg auch wahrnimmt. Nicht immer ist das der Fall

Untersuchungsinhalte: Baukostenanstieg

- Auch die **Baukosten**, ob für den Neubau oder für die Sanierung, **stiegen** in den letzten 12 Monaten erheblich. Dies kann zum schnellen Handeln motivieren oder den Attentismus (abwartende Haltung) fördern.
- Preissteigerungen führen bei weitem nicht immer zu einem rationalen Verhalten. Zu allererst muss die **Preissteigerung wahrgenommen** werden, was bei seltenen Investitionen wie dem energetischen Sanieren nicht immer gegeben ist.
- Möglicherweise haben die **Preissteigerungen eine weitausgeringere bremsende Wirkung**, als dies von der Bauwirtschaft mit Blick auf höhere Förderungen vorgegeben wird.
- Wir wollen das Preiswissen, die Preisbeurteilung und die Preiswirkung allgemein und ggf. speziell für dargestellte Sanierungsangebote untersuchen.



Baupreisindex grafisch dargestellt, Indexreihe seit 2015

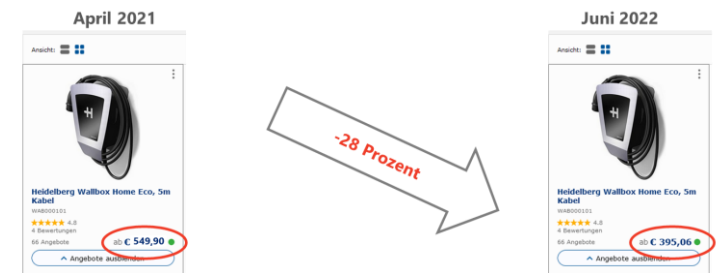


Richtig fördern, aber wie? Die Antwort auf diese Frage ist möglicherweise einfacher als das aktuell sehr umfangreiche Förderspektrum selbst

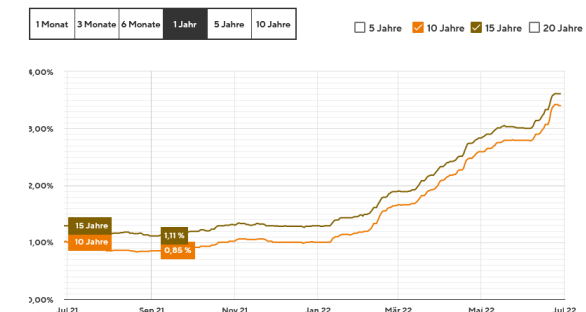
Untersuchungsinhalte: Wirkung von Förderung

- Negative Effekte von Förderungen sind bekannt: Preise sinken wieder, nachdem die Förderungen ausgesetzt wurden. Auch das erstaunliche Phänomen, dass Förderungen im Umfang von mehrstelligen Millionenbeträgen innerhalb weniger Tage abgeschöpft sind, stellt die Frage nach der **richtigen Gestaltung und Dosierung**.
- Allen voran sind die **Bekanntheit und das Verständnis** von Förderprogrammen eine Grundvoraussetzung für die Wirksamkeit. Anschließend muss das richtige Maß an Förderung gewonnen werden, um **möglichst viele Haushalte zu erreichen und zu einer Investitionsentscheidung zu bewegen**. Dazu wollen wir die Wirkung verschiedener Förderungen testen:
 - Art der Förderung: Zinsgünstiger Kredit, Sofort-Zuschuss, Tilgungszuschuss, Steuerersparnis, ...
 - Höhe der Förderung:
 - Dauer der Förderung: einmalig, monatlich für ..., jährlich für ...
 - Bedingungen der Förderung:
- Wir planen dazu eine Conjoint Analyse, um die **psychologische Wirkung von unterschiedlich gestalteten Förderangeboten** zu überprüfen und eine optimalen Gestaltung ggf. für unterschiedliche Vorhaben zu ermitteln.

Preisentwicklung Wallbox



Zinsradar Interhyp



Werden passive Vermieter und Wohneigentümer durch den Energiepreisanstieg aktiver, gerade die Bewohner im älteren Gebäudebestand? Oder braucht es da noch mehr ... ?

Untersuchungsinhalte: Entscheidertypologie in privaten Haushalten



davon 21 Prozent konkrete Planer

davon 23 Prozent konkrete Planer

„Ich achte sehr auf die Qualität und den Preis, denn da gibt es auch viele Pfuscher und Mondpreise. Am meisten lohnt es sich für mich durch meine Eigenleistungen.“

Eigenständige



4

Partner



36

„Gute Beratung und Ratschläge von Experten sind mir wichtig. Für ein Rund-um-sorglos-Paket darf eine energetische Sanierung auch etwas mehr kosten.“

Herausforderung: Die größte Gruppe unter privaten Haushalten, die Vorsichtigen, plant nur zu 11 Prozent eine Investition.

Gesamtmarkt in %

„Bei den energetischen Sanierungen bin ich mir sehr unsicher, ob da alles sinnvoll ist. Ich orientiere mich an den Empfehlungen meiner Handwerker.“

42
Vorsichtige



18
Optimierer



„Ich bin genaustens über Förderungen und Technologien informiert. Wenn sich die Investition rechnet, bezahle ich auch für hohe Qualität und guten Service. Oder ich packe selbst mit an.“

davon 11 Prozent konkrete Planer

davon 31 Prozent konkrete Planer

Basis: alle, Angaben in %, mehr Informationen unter www.select-typen.de

Unsere vorliegenden Erkenntnisse: Der Beratungsprozess hat den größten Einfluss auf eine Investitionsentscheidung

Untersuchungsinhalte: Ansprache und Kommunikation

- In der letztjährigen Untersuchung wurde bereits erkannt, wie wichtig bestimmte **Motive (Energiesparen, Wohnkomfort) und der Beratungsprozess (Beratung vor Ort, individuelle Planung)** für eine tatsächliche Investitionsentscheidung bei energetischen Sanierungen sind.
- Welche **Kommunikationskanäle und -mittel** sind am wirksamsten?
- In diesem Kontext stellt sich die Frage, wie und wo sich Kunden zuvor über Sanierungen und Beratungsmöglichkeiten informieren?
 - **Erfahrungen mit Kommunikationsinhalten** z. B. in der Werbung, **Internetseiten** von Herstellern, Finanzdienstleistern und Förderbanken
 - **Erfahrungen mit Beratungen** aus Kundensicht, z. B. mit Handwerkern, Energie-Effizienz-Experten
 - **Gestaltungen von Beratungen** sowie Erfahrungen mit Kunden aus Sicht von Energie-Effizienz-Experten
- In diesem Kontext soll auch untersucht werden, welche **digitalen Instrumente** rund um die Beratung, Fördermittelbeantragung und -genehmigung ein Potenzial für eine höhere Effizienz des Fördergeschäfts haben.

Qualitativer Untersuchungsbaustein
Online-Einzelinterviews inkl. Webtest
ausgewählter Internetseiten (z. B. auch von
den Anbietern)

Befragung von Energie-Effizienz-Experten
als Online-Erhebung ist geplant

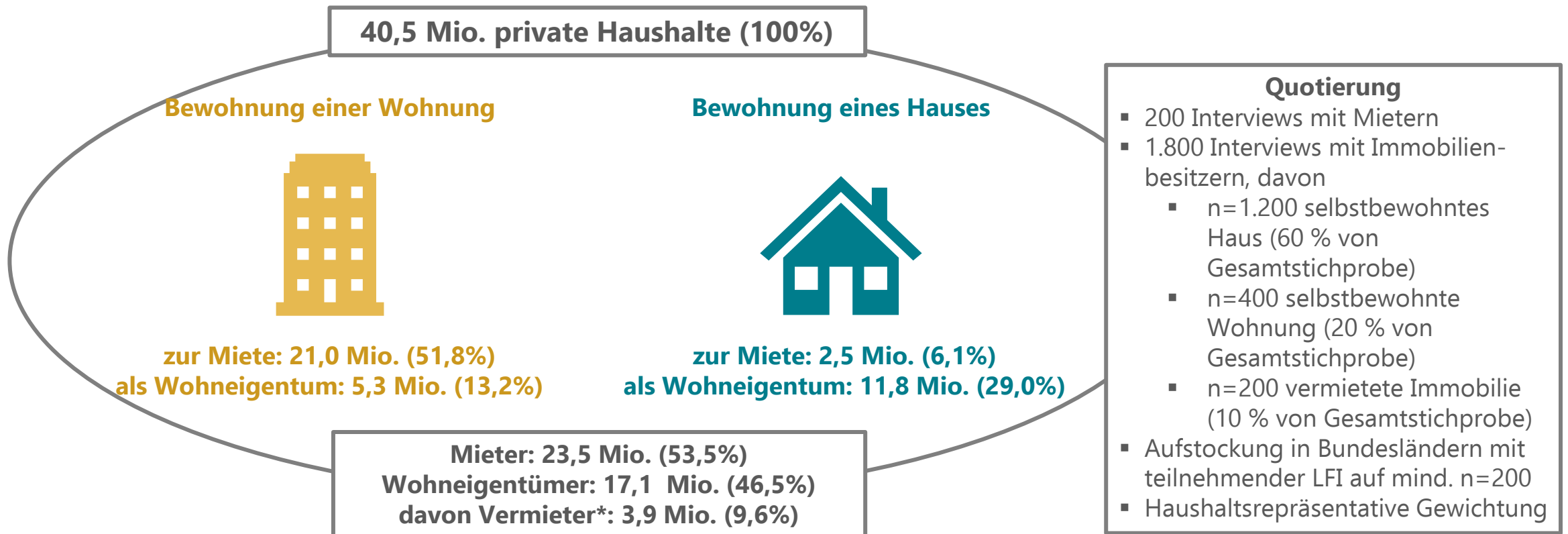


Repräsentative Stichprobe unter Mietern, Wohneigentümern und privaten Vermietern

3. Untersuchungsdesign

Wie im Vorjahr ist eine repräsentative Haushaltsstichprobe mit mindestens 2.000 Online-Interviews und Quoten auf Wohneigentümer geplant

Untersuchungsdesign: Haushaltsstichprobe Monitor zur Klimawende 2021

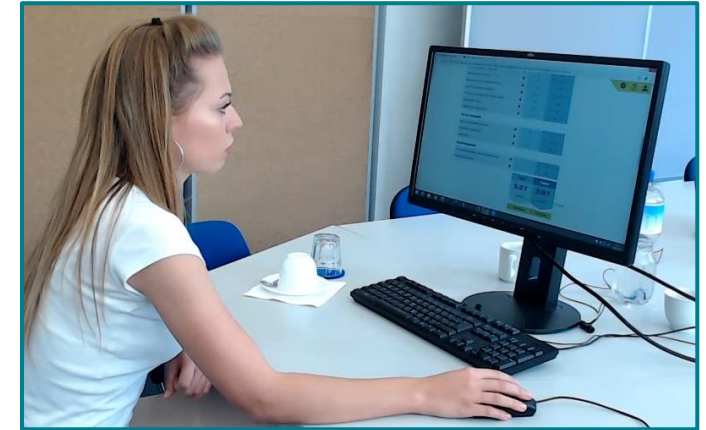


Daten: Mikrozensus 2020 / destatis
* Vermieter können Mieter und Wohneigentümer sein

Durch einen Leitfaden mit offenen Fragen kann ein tieferes Verständnis zum Beratungsprozess und zur Wirkung von Informationsmaterialien gesammelt werden

Untersuchungsdesign:

- Qualitative Einzelinterviews
 - Durchführung von **10 Einzelinterviews mit Video- und Web-Tracking-Aufzeichnung**
 - ca. 7 Investoren und 3 Abbrecher einer Entscheidung für energetische Sanierungen
 - leitfadengestützt Interview á Dauer 1,5h
 - Durchführung als Online-Interviews
- Befragungsinhalte
 - **Rückblick auf den Entscheidungsprozess:** Motive, Anlässe, Informationsverhalten, Beratungen, Entscheidungsgründe / Ablehnungsgründe, etc.
 - **Test von ca. 20 Informationsmaterialien:** Internetseiten oder Online-Broschüren mit Informationen zu Sanierungen, Förderungen und Beratungsangeboten
 - **Auswahl** der zu testenden Internetseiten und Online-Broschüren mit Teilnehmern an der Untersuchung (vgl. Leistungen)



Das verstehe ich nicht.

Was mir eine Sanierung bringen soll.

Was genau verstehen Sie nicht?

Welche Informationen erwarten Sie?

In der diesjährigen b2b-Erhebung fokussieren wir zusätzlich auf Energie-Effizienz-Experten und befragen sie zu Ihren Erfahrungen mit Kunden und eigenem Beratungsansatz

Untersuchungsdesign: Befragung von Energie-Effizienz-Experten

- Um die wichtige Erstberatung nicht nur aus Sicht der Kunden, sondern auch aus der beratenden Sicht zu untersuchen, planen wir in diesem Jahr zusätzlich eine Befragung von Energie-Effizienz-Experten.
- Über die beiden zentralen Verbände GIH und DEN besteht die Möglichkeit, diese Zielgruppe per Online-Befragung zu erreichen.
- Beide Verbände sind angefragt und wir sind zuversichtlich, dass sich eine Kooperationsbereitschaft einstellt.
- Im Falle einer Kooperation erwarten wir ein Teilnahmequote von möglichst 100 oder mehr Interviews. Wir können diese aufgrund noch fehlender Erfahrungen jedoch nicht garantieren.
- Letztendlich sind b2b-Befragung aufgrund des höheren (täglichen) Involvements bereits ab n=50 auswertbar (valide).



In der Berichterlegung erarbeiten wir für alle aufgeführten Fragestellungen anschauliche Ergebnisse mit Treiberanalysen und Handlungsempfehlungen

Untersuchungsdesign: Gliederung der Berichterlegung (erster Entwurf)

#	Kapitel
1	Management Summary und Untersuchungsdesign
2	Status Quo und Planungen energetischer Sanierungen (Zeitreihen)
3	Potenzial für ein nachhaltiges Bauen und Sanieren
4	Wahrnehmung und Auswirkungen des Energie- und Baukostenanstiegs
5	Aktivierung passiver Haushalte
6	Wirksame Gestaltung der Erstberatung



Wir bieten Ihnen verschiedene Optionen für die Teilnahme am Monitor zur Klimawende 2022 an

4. Ihre Möglichkeiten der Teilnahme

Eine gemeinschaftliche Untersuchungsdurchführung profitiert nicht nur von geteilten Kosten, sondern bietet auch Raum zum Mitgestalten

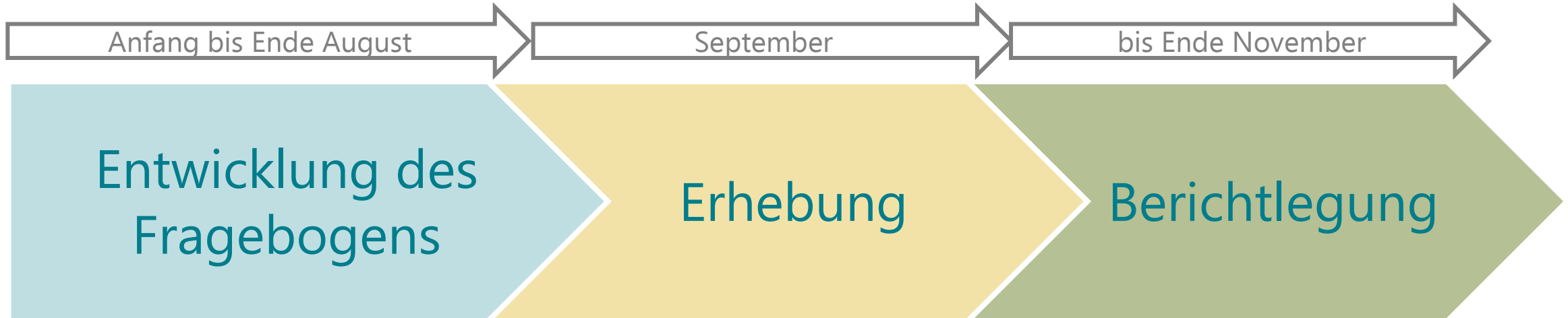
Leistungen

- Alle teilnehmenden Unternehmen am Monitor zur Klimawende 2022 erhalten nach der Bestellung diese Leistungen:
 - Möglichkeit zur **Gestaltung der Befragungsinhalte** und des Fragebogens für die quantitative Erhebung und des Leitfadens für die qualitative Erhebung. Mit der Bestellung können Sie uns Ihre wichtigsten Fragestellungen zuschicken und wir versuchen diese in der Fragebogengestaltung zu berücksichtigen. Anschließend besteht die Möglichkeit, sich über den Fragebogen auszutauschen.
 - **Quantitative Datenerhebung** mit n=2.000 Fällen bundesweit, davon rund 90% Immobilienbesitzer. Für teilnehmende LFIs wird eine **Stichprobenaufstockung für das jeweilige Bundesland** auf n=200 (für kleine Bundesländer best effort, z. B. HH) vorgenommen.
 - **Qualitative Erhebung** mit 10 Interviews (1,5h, inkl. Tests von ausgewählten Internetseiten in der Informationssuche) unter Interessenten oder Investoren energetischer Sanierungen. Teilnehmende Unternehmen können **ein Werbemittel, eine Internetseite oder eine Informationsbroschüre als Testmaterial** (ein individuelles Testmaterial für qual. Int., Auswertung im Gesamtbericht).
 - Quantitative **Befragung von Energie-Effizienz-Experten** (nicht garantiert, derzeit wird Kooperation mit Verbänden angefragt).
 - **Analysen und Berichterlegung** zur Ermittlung des Status Quos, Treibern und Handlungsfeldern.
 - **Leistungstyp**: Tabellenbände, Bericht in ppt / pdf und gemeinsamer Ergebnis-Workshop ca. Anfang Dez. 2022.
- Teilnehmer können individuelle Leistungen zusätzlich bestellen.
 - Schaltung **individueller Zusatzfragen**, z. B. spezifisch für das eigene Bundesland oder für die eigene Pressearbeit.
 - Tests weiterer **Werbemittel, Internetseiten oder Informationsbroschüren** verbunden mit einer Aufstockung der qualitativen Interviews um 1 bis 2 Interviews.
 - Durchführung eines **individuellen Ergebnis-Workshops** mit individueller Ausrichtung, Zusatzanalysen, Durchführung und Handout.

Gerne sprechen Sie uns zu weiteren Optionen an.

Der aktuelle Projektplan sieht eine Berichtlegung und einen Ergebnisworkshop Anfang Dezember vor

Projektplan 2022



- Bestellungen bis Ende Juli
- Konkretisierung von Themen und Inhalten mit Teilnehmern
- Entwicklung des Fragebogens
- Abstimmung des Fragebogens und des Testmaterials
- Abstimmung von Zielgruppen
- Aufnehmen von möglichen Exklusivfragen

- Erhebung bei Mietern und Wohneigentümern
- Erhebung bei Energie-Effizienz-Experten
- qualitative Interviews

- Gesamt- und Bundesland-Bericht zum Potenzial für energetische Sanierungen
- Darstellung aller relevanten Treiber und Hürden
- Analysen nach abgestimmten Zielgruppen
- Vorstellung von Kernerkenntnissen im gemeinsamen Ergebnis-Workshop ab Anfang Dezember

Bestellung des „Monitor zur Klimawende 2022“

Bitte als Scan an info@siriuscampus.de

Mit dem Ankreuzen bestelle ich verbindlich die folgende Ergebnislieferung der oben genannten Untersuchung

Wählen Sie die für Sie passende Variante aus

Basis

ein ind. Testmaterials für qual. Int.
Tabellenband
Ergebnisbericht
gemeinsamer Ergebnis-Workshop

12.500 €

Smart

zwei ind. Testmaterialien für qual. Int.
Tabellenband
Ergebnisbericht
gemeinsamer Ergebnis-Workshop

13.500 €

Smart Plus

zwei ind. Testmaterialien für qual. Int.
Tabellenband
Ergebnisbericht
gemeinsamer Ergebnis-Workshop
+ individueller Ergebnis-Workshop

16.000 €

Schaltung einer individuellen Zusatzfrage in der Haushaltsstichprobe: __ (Anzahl für Bundesland) mit je 250 € / __ (Anzahl bundesweit) mit je 500 €

Hiermit akzeptieren wir die Angebotsbedingungen auf den folgenden Seiten.

bitte
ankreuzen

Entrichtete Teilnahmegebühren an der Konferenz vom 22.6.2022 werden angerechnet.

Name, Vorname:	E-Mail:
Abteilung / Position:	Tel.:
Unternehmen:	Stempel:
Straße, Nr.:	Datum:
PLZ Ort:	Unterschrift:

Angebotsbedingungen für Mehrbezieher-Untersuchungen

Angebotsbedingungen

- Bei weniger als vier Besteller behält sich Sirius Campus vor, die Untersuchung zu einem späteren Zeitpunkt durchzuführen.
- Die Preise für die vorgestellte Marktuntersuchung beziehen sich nur auf die dargestellten Leistungen und dazugehörigen Bedingungen. Änderungen der Leistungen erfordern eine textliche Vertragsanpassung inkl. angepasster Leistungsbeschreibung und angepasstem Investitionsumfang für den Auftraggeber.
 - Entrichtete Teilnahmegebühren an der Konferenz „ Investitionsentscheidungen für energetisches Sanieren“ vom 22.6.2022 werden auf den Bestellpreis angerechnet.
- Die Rechte am konzeptionellen und methodischen Vorgehen inkl. spezifischer Analysekonzepte und Nutzung existierender Kunden-, Berater- oder Vermittlertypen liegen und verbleiben unbefristet bei der Sirius Campus GmbH.
- Es gelten die gesetzlichen Bestimmungen für Gewährleistungen im Rahmen der projektbezogenen Leistungen für Beratung und Forschung. Die Sirius Campus GmbH haftet nicht für die Umsetzung von Handlungsempfehlungen durch den Auftraggeber für wirtschaftliche oder andere Zwecke des Unternehmens und möglicher Folgeschäden.
- Diese Marktuntersuchung sowie alle einzelnen Untersuchungsergebnisse sind Eigentum der Sirius Campus GmbH.
- Den Beziehern ist nur eine unternehmensinterne Verwendung der Untersuchungsergebnisse gestattet. Die Weitergabe an Dritte ist nicht gestattet.
 - Einzelne Ergebnisse aus dem Bericht dürfen ohne Rücksprache mit Sirius Campus den Außendienstmitarbeitern (Ausschließlichkeitsvertrieb) des eigenen Unternehmens zur Verfügung gestellt werden. Dies gilt auch z. B. für Vertriebsmitarbeiter in kooperierenden Sparkassen. Dabei wird nicht die komplette Marktuntersuchung weitergeleitet, sondern nur Auszüge oder Einzelergebnisse.
 - Veröffentlichungen in der Presse sind nicht ohne Zustimmung durch Sirius Campus möglich.
- Alle Investitionen (Preise) verstehen sich zzgl. der gesetzlichen Umsatzsteuer. 60% des Auftrags werden mit der Bestellung in Rechnung gestellt, den Restbetrag zzgl. möglicher Reisekosten und Zusatzbestellungen mit Projektabschluss. Wenn nicht anders vermerkt werden Reisekosten Bahnfahrt 2. Klasse, Economy Flugreisen und PKW mit 0,40 €/ km in vollem Umfang mit der Abschlussrechnung in Rechnung gestellt. Die Rechnungen sind innerhalb von 14 Tagen nach Zustellung fällig. Abzüge oder Skonti werden nicht gewährt.
- Bei mehreren Angeboten ist jeweils das Angebot mit dem jüngsten Datum gültig.
- Das Angebot ist urheberrechtlich geschützt und darf nicht an Dritte weitergegeben werden.



Repräsentative Stichprobe unter Mietern, Wohneigentümern und privaten Vermietern

4. Untersuchungsdesign

Entscheidungsprozesse mit Behavioral Economics optimieren und Erfolge ernten

Über Sirius Campus

Wirksame Angebote entwickeln



Kunden entschieden machen



Aufmerksamkeitsstarke Ansprache gestalten



Kauf- und Preisbereitschaft steigern



Absatz und Ertrag steigern



Unsere Beratung auf strategischer Ebene liefert unseren Kunden den entscheidenden Vorteil

Kunden-Feedback



Katrin Schwartzenruber-Koch

Leiterin Marken- und Medienmanagement
Württembergische Versicherung

„Sirius Campus hat uns bei der Erstellung unserer Zielgruppenstrategie unterstützt – als Marktforscher, Berater und Diskussionspartner. Dank dieser partnerschaftlichen Zusammenarbeit wissen wir, wie wir den Fels in der Brandung im Denken und Handeln ausrichten müssen, um konsequente Kundenorientierung in unseren Unternehmenszielen münden zu lassen.“



Stefan Gronbach

Mitglied des Vorstands
HUK-COBURG

„Sirius Campus bietet uns einen tiefen Einblick in die aktuellen Herausforderungen und Chancen im Versicherungsvertrieb. Damit können wir schneller und vor allem präziser unser Beratungsangebot über unsere Ausschließlichkeitsorganisation verbessern.“



Dr. Jochen Struck

Direktor
KfW Bankengruppe

„Sirius Campus hat uns mit wichtigen Informationen und Einwertungen rund um den Entscheidungsprozess für energetische Sanierungen unterstützt. Das hat uns geholfen, unsere Förderangebote noch wirksamer an Wohneigentümer und Mieter anzupassen und das Investitionspotenzial für die Klimawende zu steigern.“



Marcus Linnebrink

Marketing & Vertrieb
Energie und Energiedienstleistungen
Stadtwerke Herne AG

„Sirius Campus hat uns auf strategischer Ebene mit ihrer Benchmark-Untersuchung ‚Erfolgsfaktoren im Energiemarkt‘ und ihren verkaufpsychologischen Erkenntnissen für Energiemarktkunden einen besonderen Vorteil verschafft. Mit dem Behavioral Economics Ansatz haben wir unser Angebots- und Vertriebskonzept deutlich verbessern können.“



sirius
campus

Verkaufst du noch oder gestaltest du schon den Entscheidungsprozess deiner Kunden?

Sirius Campus GmbH | Im Klapperhof 33c | 50670 Köln

info@siriuscampus.de | +49 221 42 330 200 | www.siriuscampus.de

Geschäftsführer: Christoph Müller & Dr. Oliver Gaedeke | Sitz der Gesellschaft: Köln | Handelsregister: HRB 94315 | Amtsgericht Köln