

# Investitionsentscheidungen für energetisches Sanieren

Monitor zur Klimawende 2022

10. Januar 2023  
Bild: Felix Brendler auf Pixabay

**sirius**  
**campus**

# Pressemeldung vom 11. Januar 2023

## Inflation und Handwerkerangel drücken auf die Bremse beim energetischen Sanieren von Wohneigentum Monitor zur Klimawende 2022: Untersuchung von Treibern für energetische Sanierungen in privaten Haushalten in Deutschland

**Rund 5,4 Millionen Haushalte (13%) haben konkrete Pläne eine oder mehrere Maßnahmen zur energetischen Sanierung in den nächsten fünf Jahren durchzuführen.** Dies sind vor allem Haus-Wohneigentümer und Haus-Mieter, von denen sogar 27 bzw. 22 Prozent konkret eine zusätzliche Dämmung, eine effizientere Heizung oder eine Photovoltaikanlage planen. Die Investitionsbereitschaft bei diesen beiden Hauptzielgruppen für Energieeinsparungen in Wohngebäuden ist insgesamt im Vergleich zum Vorjahr etwas gesunken, bei Haus-Wohneigentümer um drei Prozentpunkte, bei Haus-Mietern aber konstant geblieben. Bei Wohnungs-Wohneigentümern hat sich die Investitionsbereitschaft von 23 Prozent in 2021 auf nunmehr 14 Prozent (-9 Prozentpunkte) hingegen deutlich reduziert. Bei Wohnungs-Mietern bleibt die Investitionsbereitschaft mit zwei Prozent weiterhin auf einem niedrigen Niveau. Hauptgründe für die reduzierte Investitionsbereitschaft sind Inflationssorgen und die damit verbundenen Unsicherheit bezüglich der Preisentwicklung sowie der Handwerkerangel. Vier Fünftel (86%) der Haushalte sehen sich stark von der Inflation betroffen. Mehr als die Hälfte der Planer (55%) will deswegen die Situation erstmal abwarten oder überdenkt ihre Pläne sogar ganz. Jedoch sind rund ein Drittel der Haushalte (32%) gewillt, mit baulichen Maßnahmen zum Energieeinsparen auf die Energiekrise zu reagieren. Somit kann die weit verbreitete Zurückhaltung durch die Inflation etwas abgefedert werden.

Dies sind die Ergebnisse der Sirius Campus Marktuntersuchung „Monitor zur Klimawende 2022“, mit 2.024 Interviews einer repräsentativen Haushaltsstichprobe unter Wohneigentümern, privaten Vermietern und Mietern im September 2022.

### **Geplante E-Mobilität und energetische Sanierungen gehen oft Hand-in-Hand**

Das größte Interesse für energetisches Sanieren haben Wohneigentümer und junge Familien in noch relativ jungen Immobilien (ab Baujahr 1994). Auch Haushalte mit Umzugsplan in ein Wohneigentum zeigen sich vergleichsweise investitionsfreudig. Besonders Haushalte, die auf ihren hohen Energieverbrauch aufmerksam werden, haben eine erhöhte Bereitschaft Planungen energetischer Sanierungen anzugehen. Auch die Kaufabsicht für ein E-Auto hat einen ähnlich positiven Effekt. So planen 12 Prozent der Autofahrer in den nächsten 12 Monaten ein E-Auto zu kaufen und davon jeder zweite eine energetische Sanierung – meist eine PV-Anlage. Aber auch hier macht sich die Belastung durch die Inflation bemerkbar, denn die Kaufabsicht für E-Autos sinkt um 6 Prozentpunkte im Vergleich zu 2021 (18%). In den wenigen Haushalten hingegen, die kaum durch die Inflation betroffen sind, liegt die Absicht ein E-Auto zu kaufen deutlich höher (31%).

Von den Interessenten an einer energetischen Sanierung sind es letztlich 43 Prozent, die tatsächlich auch in eine Maßnahme investieren. Besonders hoch ist die Investorenquote, wenn die dahinterliegenden Motive Energiesparen oder die Erhöhung des Wohnkomforts sind. Das Motiv Klimaschutz gewinnt im Vergleich zu 2021 an Bedeutung. Auch wenn es vielfach noch vermutet wird: Allein Geldsparen zu wollen ist nach wie vor kein förderliches Motiv für eine Investitionsentscheidung. „Werbliche Angebote für energetische Sanierungen sollten daher die psychologisch wirksamen Motive Energiesparen und soweit passend Wohnkomfort aktivieren, um das Interesse der Haushalte zu steigern“, macht Dr. Oliver Gaedeke, Geschäftsführer der Sirius Campus, deutlich.

### **Es braucht mehr aktive Ansprachen für energetischer Sanierungsmaßnahmen**

Von den Haushalten in älteren Immobilien und in der Regel auch mit älteren Bewohnern planen nur 11 Prozent energetische Sanierungen. Auch vorsichtig entscheidende Haushalte schieben aufgrund geringer Fachkompetenz und fehlender Beratung das Thema vor sich her. Diese vorsichtigen Haushalte machen jedoch 40 Prozent der knapp 41 Millionen Haushalten aus und kommen nur auf einen Anteil von fünf Prozent Investitionsplanern für energetische Sanierungen.

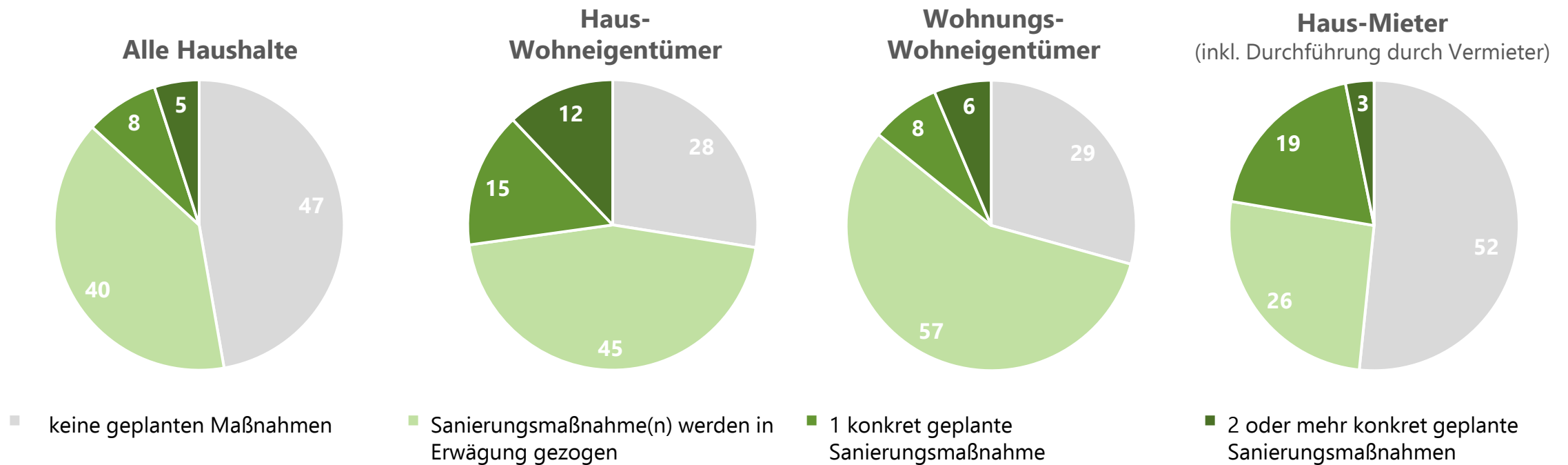
Grundsätzlich ist es wirksam Haushalte aktiv zu einer energetischen Sanierung anzusprechen, um das Interesse an dieser Möglichkeit zum Energieeinsparen zu steigern. Immerhin fand dies in 30 Prozent der Haushalte in den letzten zwei Jahre statt, vor allem von Energieanbietern (9%), Handwerkern (9%), Schornsteinfegern (7%) und unabhängigen Energieberatern (6%) sowie Hausverwaltungen (6%). Dabei hat sich eine umsetzungsorientierte Variante mit transparenten Informationen zum Anbieter als besonders wirksam erwiesen. „Die Gestaltung der Ansprache für eine Beratung zu energetischen Sanierungen ist von großer Bedeutung. Die Haushalte wollen sich ein Bild von den möglichen Maßnahmen und vom Anbieter machen.“, so Dr. Gaedeke weiter. „Diese für viele Haushalte komplexen Projekte benötigen einen erheblichen Vertrauensaufbau und anschauliche Vorstellungen des Vorhabens, um sich überzeugen zu lassen.“



# Vor allem Haus-Wohneigentümer und Haus-Mieter planen energetische Sanierungen



**Anzahl konkret geplanter energetischer Sanierungsmaßnahmen in den nächsten 5 Jahren (Maßnahme zur Wärmedämmung, effizientere Heizungsanlagen, Warmwasseraufbereitung, Stromgewinnung und -einsparung)**





# Energiekrise aktiviert nur ein Drittel der Haushalte, Inflation bremst bei mehr als vier Fünftel der Haushalte



## Planungen für energetische Sanierung im Kontext der Energiekrise und Inflationswahrnehmung

**In diesen Haushalten ist die Investitionsbereitschaft  
8 Prozentpunkte höher (21%)**



**86 Prozent der privaten Haushalte sehen sich stark oder  
außerordentlich von der Inflation betroffen**

**Insgesamt 13 Prozent der  
Haushalte planen konkret  
energetische Sanierungen in  
den nächsten 5 Jahren.**



**32 Prozent (Top2Box) haben wegen der drohenden  
Energiekrise konkrete (bauliche) Maßnahmen ins Auge gefasst,  
den Energieverbrauch der eigenen Wohnimmobilie zu  
reduzieren.**

**In diesen Haushalten ist die Investitionsbereitschaft  
3 Prozentpunkte niedriger (10%)**



# Inflationssorgen bremsen Investitionsbereitschaft in energetische Sanierungen aus



## Hinderungsgründe bei Planern energetischer Sanierungen in privaten Haushalten



**28% Preissteigerungen / unkalkulierbare Endpreise** (Vorjahr nicht erhoben)



**23% lange Wartezeiten bei Handwerkern / Geräteherstellern** (Vorjahr: 15%)



**18% Liefer- bzw. Materialengpässe** (Vorjahr nicht erhoben)



**15% Unsicherheiten über Funktionstüchtigkeit** (Vorjahr: 14%)

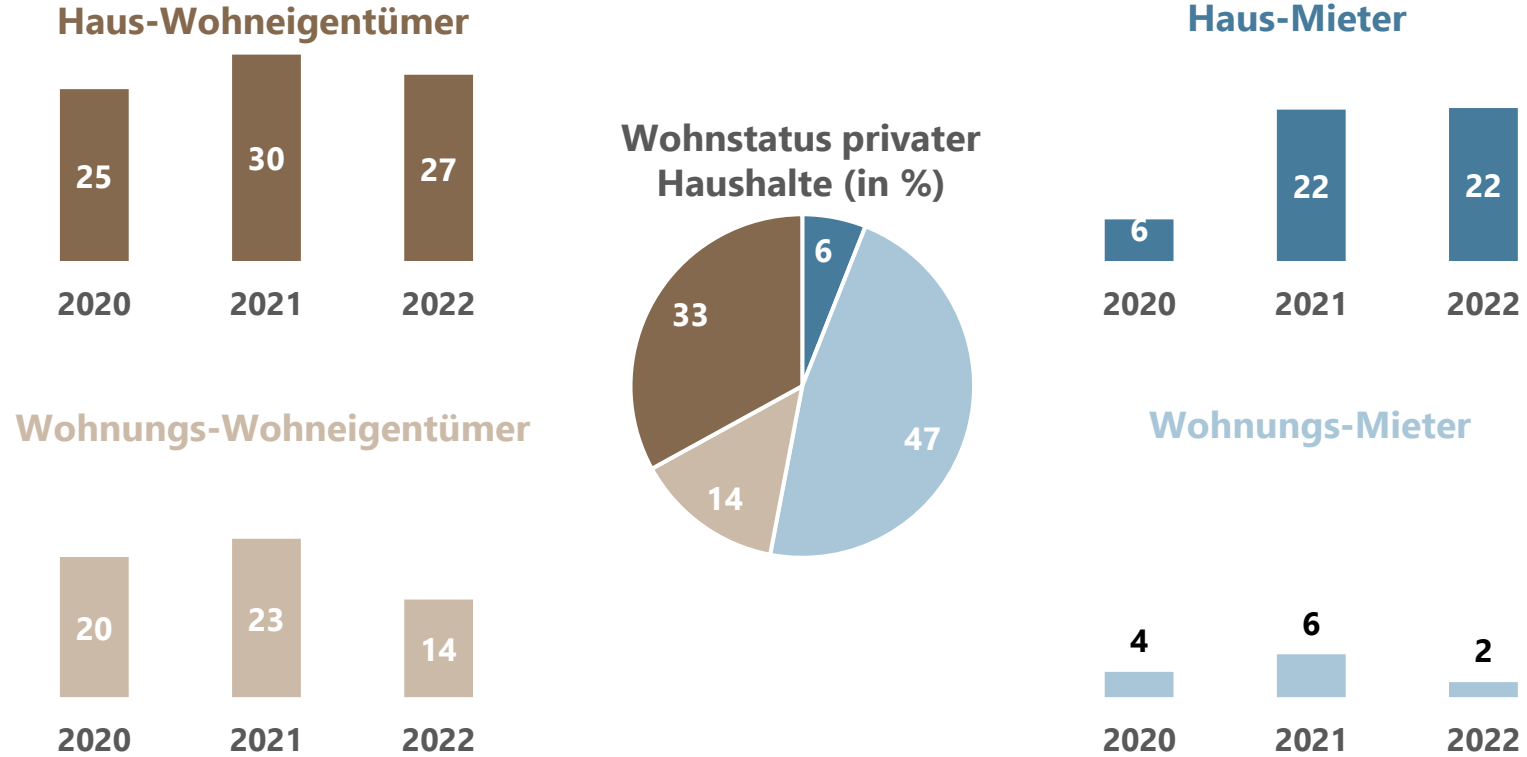


# Vor allem Wohneigentümer planen seltener als noch vor einem Jahr energetische Sanierungen

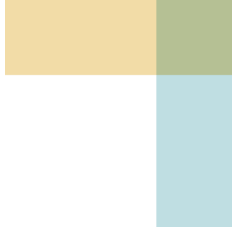


sirius  
campus

## Anteil der konkreten Planer mindestens einer energetischen Sanierung im Haushalt (in %)



© Sirius Campus: Monitor zur Klimawende 2022, n=2.024 private Haushalte, Erhebung September 2022



# Verhaltensänderung beim Energiesparen findet statt, aber wird für die Klimaziele nicht ausreichen



## Wie sehr treffen die folgenden Aussagen, um Energie zu sparen, auf Sie zu?

Energiesparverhalten (trifft voll und ganz zu) Angaben in %	2020	2022	Diff in PP
Im Sommer trockne ich meine Wäsche nie mit dem Wäschetrockner, sondern nur an der Luft	65	64	-1
Ich schalte immer alle Lichter aus, bevor ich den Raum verlasse	61	60	-1
<b>Beim Neukauf von Elektrogeräten wähle ich nur eine hohe Energieeffizienzklasse z. B. A+++</b>	49	<b>42</b>	<b>-7</b>
Ich bzw. wir heizen nur, wenn auch jemand zu Hause ist	38	<b>42</b>	<b>4</b>
Ich vermeide, dass meine Geräte im Stand-By-Modus sind	35	<b>38</b>	<b>3</b>
Ich reguliere die Temperatur meines Kühlschranks möglichst weit runter	21	<b>24</b>	<b>3</b>
Bei längerer Abwesenheit, reguliere ich die Heizung runter oder stellen sie ganz ab	60	<b>63</b>	<b>3</b>
Ich verwende ausschließlich Energiespar-Leuchtmittel z. B. LEDs	47	<b>55</b>	<b>8</b>
Ich achte sehr darauf, meine Raumtemperatur niedrig zu halten z. B. maximal 21 Grad	35	<b>41</b>	<b>6</b>
Ich achte auf wassersparendes Duschen	42	<b>46</b>	<b>4</b>
Ich nutze einen Kamin zum zusätzlichen heizen	27	<b>30</b>	<b>3</b>
Ich wasche meine Wäsche möglichst kalt oder mit niedriger Temperatur	17	<b>23</b>	<b>6</b>

# Investitionsentscheidungen für energetisches Sanieren

## Angebot zum *Monitor zur Klimawende 2022*

### Gliederung des Angebots

1. Hintergrund und Zielsetzung
2. Fragestellungen und Untersuchungsinhalte
3. Untersuchungsdesign
4. Kontakt und 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**

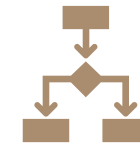
*Handlungsfeld 2: Wie kann der Entscheidungsprozess gefördert werden?*

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

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

**Investition**

**Abbruch  
der Entscheidung**  
(keine 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

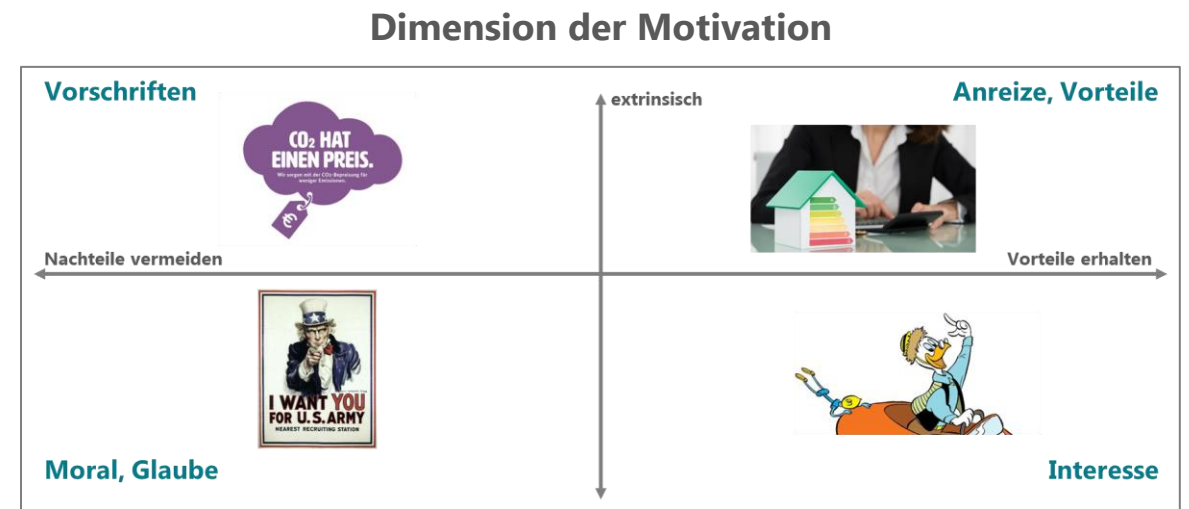
- Im letzten Jahr haben wir bereits ermittelt, dass **natürliche Dämmstoffe** für eine Wärmedämmung eine genauso große Wichtigkeit wie staatliche Zuschüsse in Höhe von 20% haben (Test in einer Max-Diff-Analyse zu Wärmedämmungsangeboten).
- Nun soll die **Verwendung nachhaltiger Baustoffe in das BEG** aufgenommen werden. Sowohl der Einsatz nachwachsender Rohstoffe als auch die Verwendung konventioneller Baustoffe (z. B. Stahl, Beton), die durch den Einsatz erneuerbarer Energien CO<sub>2</sub>-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.

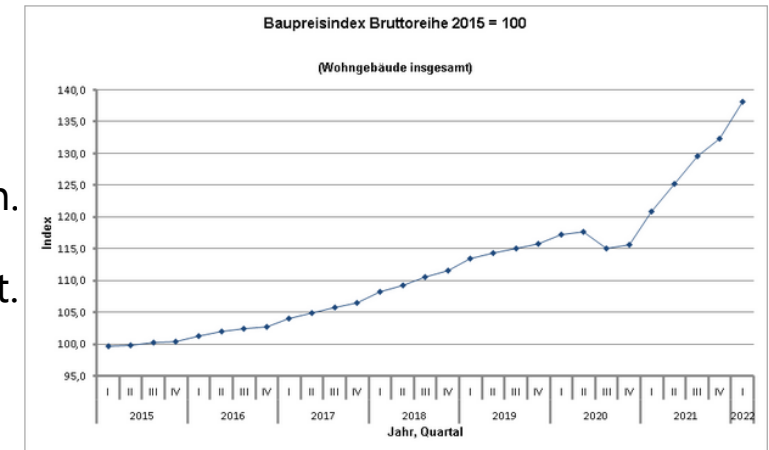




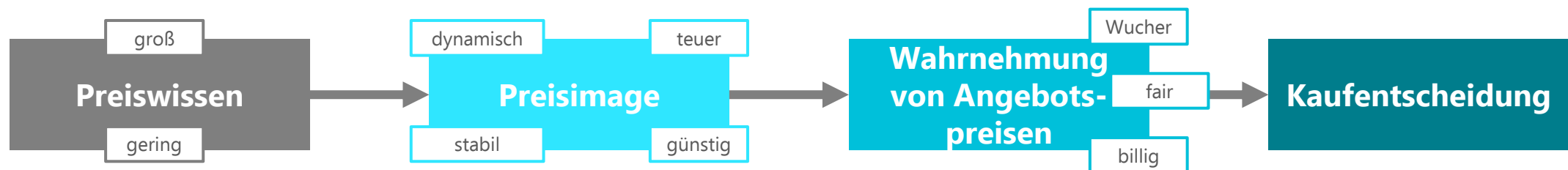
# Preise steigen aus Verbrauchersicht nur, wenn man den Preisanstieg auch wahrnimmt. Nicht immer ist das der Fall

## 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 weitaus geringere 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

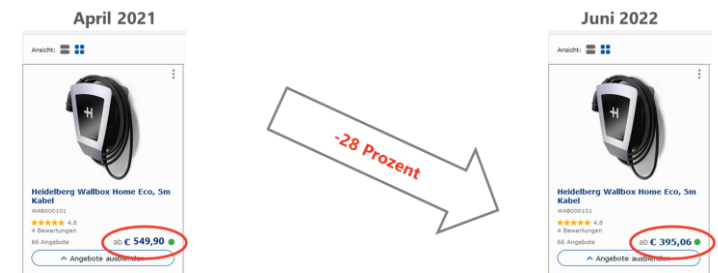


# Richtig fördern, aber wie? Die Antwort auf diese Frage ist möglicherweise einfacher als das aktuell sehr umfangreiche Förderspektrum selbst

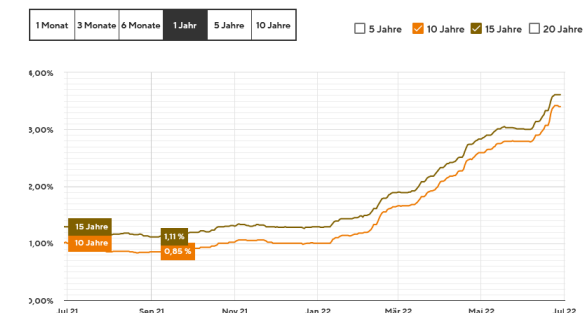
## Untersuchungsinhalte: Wirkung von Förderung

- 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 optimale 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.“*

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

**Eigenständige**

**Partner**



4

36

Gesamtmarkt in %

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

*„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](http://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
- 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)

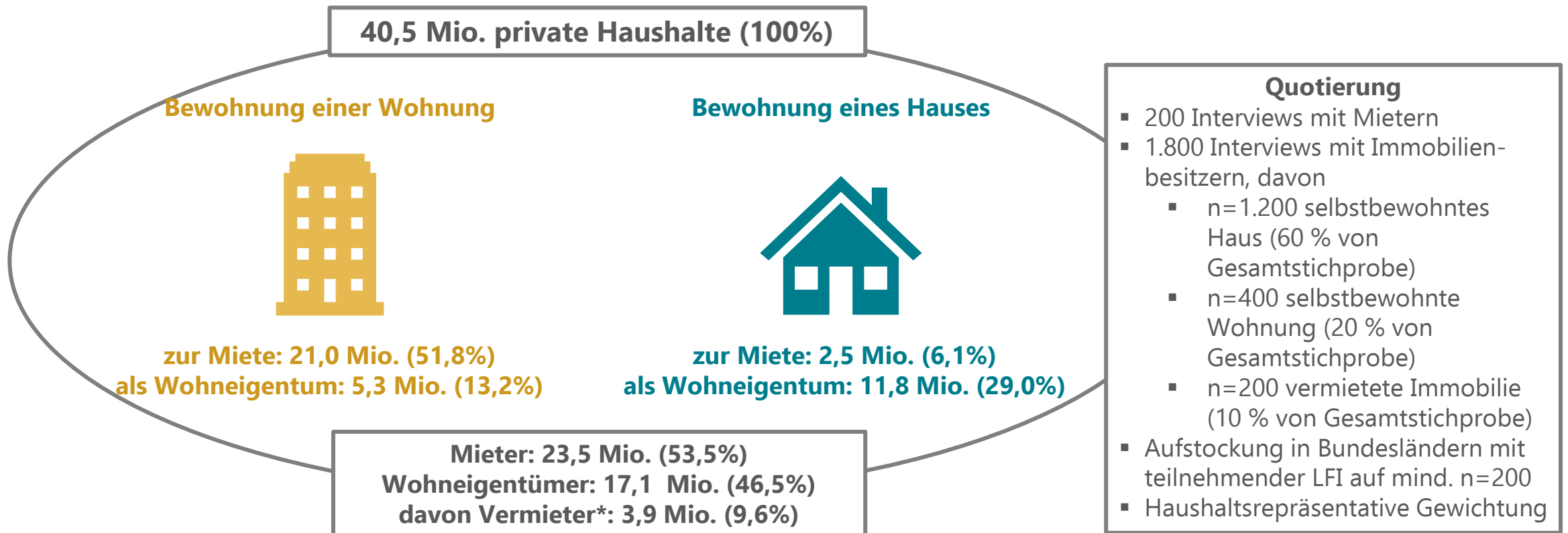


# Repräsentative Stichprobe unter Mietern, Wohneigentümern und privaten Vermietern

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

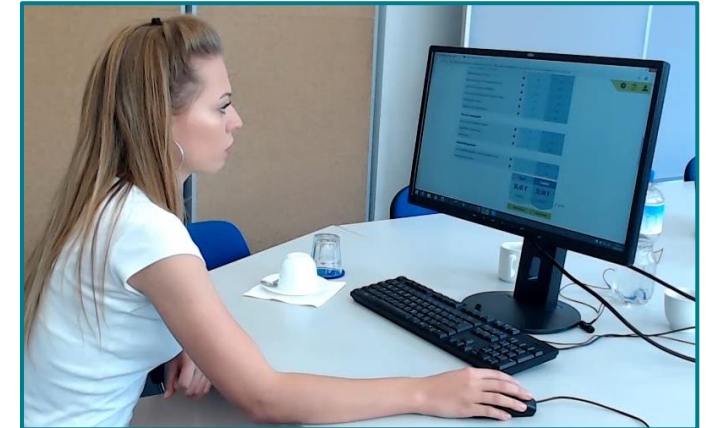


Daten: Mikrozensus 2020 / destatis  
\* Vermieter können Mieter und Wohneigentümer sein

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

Untersuchungsdesign: Gliederung der Berichterlegung

## **Monitor zur Klimawende**

*Überblick über die Berichte als einzelne ppt- / pdf-Dateien*

1. Status Quo zum energetischen Sanieren (quantitativ)
2. Internetseiten (qualitativ)
3. Entscheidungsprozess a) qualitativ und b) quantitativ
4. Aktivierung passiver Kunden (quantitativ)
5. Förderkreditangebote (quantitativ)





# Kontakt Daten für Interessenten am Monitor zur Klimawende

4. Kontakt und über Sirius Campus

Bei Interesse spricht uns gerne an

## Kontakt



**Dr. Oliver Gaedeke**

Gründer & Geschäftsführer

[Oliver.Gaedeke@siriuscampus.de](mailto:Oliver.Gaedeke@siriuscampus.de)

Direkt: +49 152 38 24 66 40

# 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



**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.“*



**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.“*



sirius  
campus

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

Sirius Campus GmbH | Im Klapperhof 33c | 50670 Köln

[info@siriuscampus.de](mailto:info@siriuscampus.de) | +49 221 42 330 200 | [www.siriuscampus.de](http://www.siriuscampus.de)

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