

Wirksame Markenführung im Wärmepumpenmarkt

Angebot für die Teilnahme an einer Online-Konferenz am 20. Oktober 2026

Bild: Canvas

sirius campus

Liebe Markenmanager und Geschäftsfeldentwickler,

trotz aller politischer Wankelmütigkeit, eine gute Nachricht gibt es dennoch: Die Wärmepumpe ist sowohl bei Installateuren als auch bei Haus-Wohneigentümern bzw. Immobilienkäufern etabliert. Das Wachstumstempo mag durch Förderpolitik und Regularien beeinflusst werden, aber das Wachstum ist dennoch sicher: Die Umrüstung der noch rund 10 Millionen fossilen Heizsysteme in (meist) Wärmepumpen ist nur eine Frage der Zeit.

Märkte brauchen starke Marken, damit sich beratende Installateure und Haus-Wohneigentümer orientieren können. Neben funktionalen Vorteilen zählen vor allem emotionale Benefits als relevante Markentreiber. Eine kontinuierliche Markenführung unter Nutzung wirksamer funktionaler und emotionaler Benefits wird für einzelne Anbietermarken von Wärmepumpen ein zentraler Erfolgstreiber sein.

In zwei Online-Konferenzen gehen wir auf die Herausforderungen und Lösungen für Markenmanager im Wärmepumpenmarkt ein.

Wirksame Markenführung im Wärmepumpenmarkt

am 20. Oktober 2026 von 13.00 bis 14.30Uhr (repräsentativer Blick)

Darin werden wir folgende Fragen beantworten:

- Welche Impulse und Themen spielen bei Haus-Wohneigentümer bei der Suche nach Wärmepumpen eine Rolle?
- Wie finden die (ersten) Begegnungen mit Wärmepumpenmarken / -angeboten statt?
- Was sind relevante Bedarfs- und Motivstrukturen im Entscheidungsprozess für eine Wärmepumpenmarke?
- Wie groß ist das Markpotenzial in den nächsten Jahren und wo erreicht die Markenkommunikation die Interessenten?
- Wie ist das Image einzelner Wärmepumpenmarken und was sind relevante Treiber für eine hohe Markenattraktivität?

Die fokussierte Untersuchung ist in den Sirius Campus Monitor zur Energiewende eingebettet, der bereits seit 2020 den Markt der Energiewende aus unterschiedlichen Perspektiven untersucht.

Dr. Oliver Gaedeke
Geschäftsführer

Karolin Schneider
Consultant

Handout und auf Wunsch Kurz-Workshop

Wirksame Markenführung im Wärmepumpenmarkt I

tiefenpsychologischer Einblick

Agenda

- Warming-Up & Begrüßung
- **Impulse und Suchthemen besetzen**
  Start in die Customer Journey für die Installation einer Wärmepumpe bei Haus-Wohneigentümern
- **Begegnungen mit Wärmepumpen-Marken**
  erste Eindrücke, Fokussierungen bei der Suche nach Wärmepumpen, Relevanz von Marken- / Angebots-apsekten
- **Bedarfs- und Motivstrukturen**
  Vorteilswahrnehmungen einzelner Marken, Bedarfs- und Motivstrukturen, Treiber für Markenattraktivität
- **Implikationen für die Markenführung**
  Nutzen psychologischer Wirkungsmechanismen zur Steigerung der Markenattraktivität
- Ausblick & Verabschiedung

Profitiere von Quick-Wins und strategischen Impulsen



Dr. Oliver Gaedeke

Geschäftsführer

Oliver.Gaedeke@siriuscampus.de

Direkt: +49 152 38 24 66 40



Karolin Schneider

Consultant

karolin.schneider@siriuscampus.de

Direkt: +49 152 38 24 66 45

Das Angebot richtet sich an **Marketeers**, **Markenmanager**, und **Geschäftsfeldentwickler** von Wärmepumpenherstellern.

sirius campus

Online-Konferenz am 20. Oktober 2026 von 13.00 bis 14.30 Uhr

Wirksame Markenführung im Wärmepumpenmarkt II

repräsentative Marktuntersuchung

Agenda

- Warming-Up & Begrüßung
- **Marktpotenzial**
  Investoren und Investitionsplaner für Heizungsaustausch (Haus-Wohneigentümer)
- **Markenbekanntheit und -präferenzen**
  Starke Marken und attraktive Nischenanbieter, Blick auf einzelne Zielgruppen
- **Image von Wärmepumpen-Marken**
  Positionierung von Wärmepumpen-Marken und Treiber für Markenattraktivität / Kaufbereitschaft
- **Markenkommunikation**
  Empfehlungen für die Markenkommunikation
- Ausblick & Verabschiedung

Durchführung online

Profitiere von Quick-Wins und strategischen Impulsen



Dr. Oliver Gaedeke

Geschäftsführer

Oliver.Gaedeke@siriuscampus.de

Direkt: +49 152 38 24 66 40



Karolin Schneider

Consultant

karolin.schneider@siriuscampus.de

Direkt: +49 152 38 24 66 45

Das Angebot richtet sich an **Marketeers**, **Markenmanager**, und **Geschäftsfeldentwickler** von Wärmepumpenherstellern.

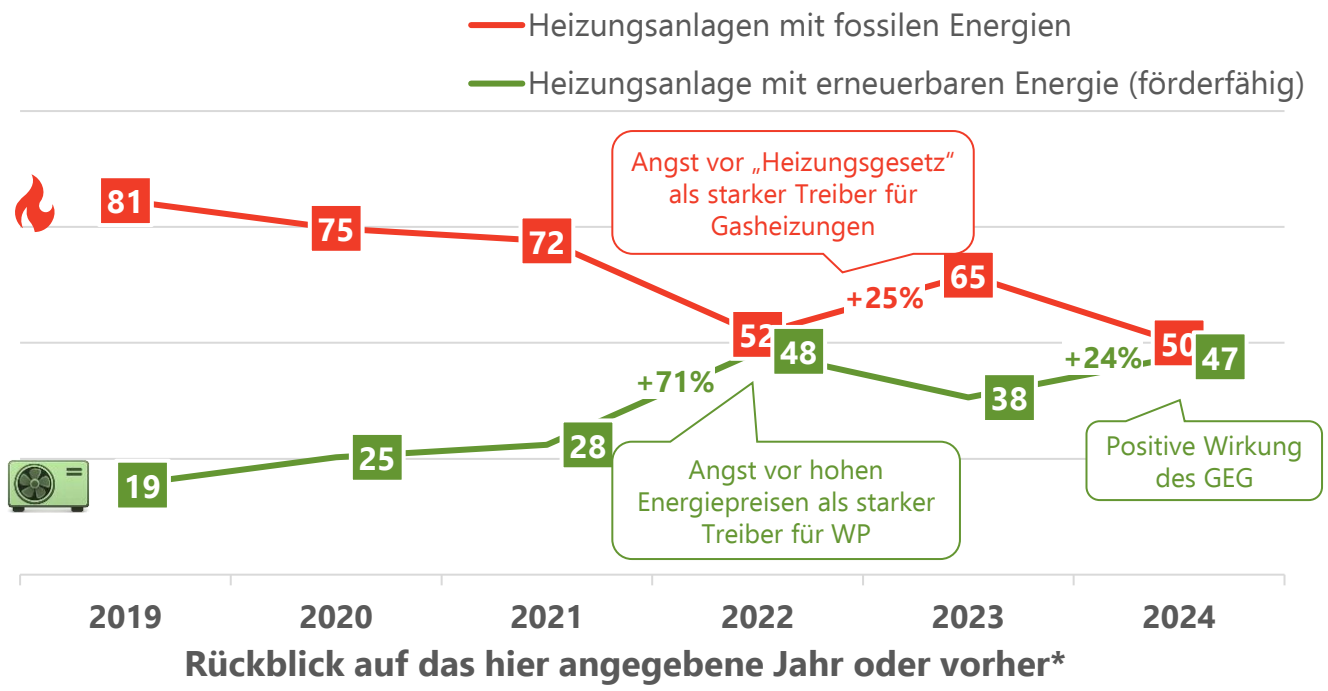
sirius campus

Erkenntnisse aus dem Monitor zur Energiewende: *Angst vor Ölpreisschocks als beste Förderung*

Entscheidungsverhalten bei Auswahl des Heizsystems

Welchen Einbau der folgenden effizienten Heizungsanlagen haben Sie in Ihrer *IMMOBILIE* in den letzten 5 Jahren vorgenommen?

Filter: Haus-Wohneigentümer mit Investition in eine effiziente Heizungsanlage, Antworten gruppiert



Monitor zur Energiewende 2025, Erhebung September 2025, Basis: Investoren in effiziente Heizungsanlagen in den letzten 5 Jahren und Haus-Wohneigentümer, in 2025 n=156, Angaben in %, * Erhebung jeweils ein Jahr später, also z. B. in 2025 für 2024

sirius campus

Welche Wärmepumpen-Hersteller haben die stärkste Marke?

Wärmepumpenmarken aus Sicht von Haus-Wohneigentümer (Fokus auf Investoren und Planer)

Wie bekannt sind einzelne Hersteller-Marken von Wärmepumpen?

Wo informieren sich Immobilienbesitzer über Wärmepumpen?



Wofür stehen die Marken von Wärmepumpen?

- langlebig
- sparsam
- einfach Bedienung
- gute digitale Apps
- preisgünstig
- geringer Wartungsaufwand
- hohe Wirksamkeit
- geeignet für Altbau
- heizt auch bei Eiseskälte
- moderne Steuerung
- ökologisches Kältemittel
- gute Beratung
- attraktives Info-Material

Welche Marken sind im Relevant Set / First Choice?

Treiberanalyse: Was sind die stärksten Treiber für eine hohe Marken-Attraktivität?

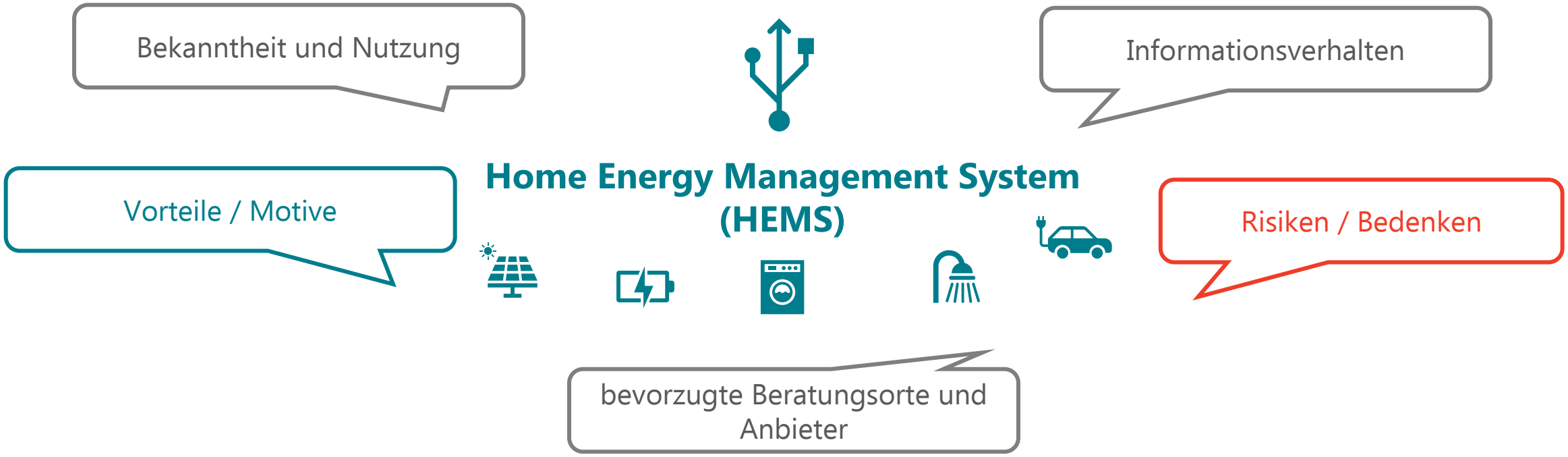
Welche Marken empfehlen Kunden weiter? (NPS)

Welche Marken empfehlen Energieberater?

sirius campus

Entscheidungen für Wärmepumpen im Kontext von PV-Anlagen und HEMS

Bekanntheit und Attraktivität von HEMS



Wie groß ist das Potenzial für HEMS-Angebote wirklich?
Wie muss man HEMS-Angebote richtig bewerben und anbieten?

Wissen und Präferenzen zum §14a EnWG aus Sicht privater Haushalte

Fokus auf Investoren und Planer unter Haus-Wohneigentümer für den Einbau einer Wärmepumpe

Erhebung in 2026

qualitativ

10 Haus-Wohneigentümer

5 Investoren in letzten 3 Jahren für Wärmepumpe



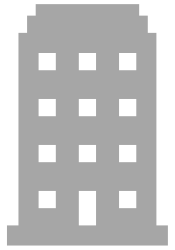
5 Planer in nächsten 3 Jahren für Wärmepumpe

einstündige psychologische Online-Interviews

Stichprobe wird gut gemischt über Alter, Geschlecht, Bildung, Einkommen, Regionen, etc.

repräsentativ

Bewohner einer Wohnung



Bewohner eines Hauses



n=2.000 online
zur Miete: n=300
als Wohneigentum: n=1.700
davon ~ **1.400 Haus-Wohneigentümer**
davon ca. 700 Wärmepumpen-Investoren und -Planer



darunter auch private Vermieter

Repräsentative Haushaltsgewichtung nach Alter, Geschlecht, Bildung, Bundesland, Haushaltsgröße, Wohneigentum, Vermieter

sirius campus

Im Rahmen des Monitor zur Energiewende werden qualitative und quantitative Erhebungen durchgeführt

Projektplan

Vorbereitung / Abstimmung des Fragebogens

- Leitfadenentwicklung im **Juni**
- **Durchführung** von 10 qualitative Interviews **im Juli**
- Schaltung individueller Fragen, Tests von Werbemitteln etc. möglich
- Top-Line-Result-Bericht und **Ergebnis-Workshop im August**

Ergebnis-Workshop
am **02. September 2026**
„Markenstrategien für Wärmepumpen Teil I“

repräsentative Haushalts-befragung

- Fragebogenentwicklung bis Ende August
- Schaltung individueller Fragen, Tests von Werbemitteln etc. möglich
- Fokus auf Investoren und Planer einer Wärmepumpe unter Haus-Wohneigentümer
- **Erhebung im September**

Ergebnis-Workshops

- Analysen und Berichtlegung
- Ergebnis-Workshop für repräsentative Analyse für Wärmepumpenmarken

Ergebnis-Workshop
am **20. Oktober 2026**
„Markenstrategien für Wärmepumpen Teil II“

Zusatzangebot: Schneller und zuverlässiger KI-Sparringspartner zu den bearbeiteten Fragestellungen

KI-Sparringspartner: interaktive Projektarbeit mit empirischen Daten

- In einem Custom-ChatGPT werden die Daten der Untersuchung mit Differenzierung nach allen relevanten Gruppen hinterlegt.
- Als Zusatzservice können sich Teilnehmer an der Konferenz für unserer SIGI, der KI-Sparringspartner von Sirius Campus, freischalten lassen.
- Mit kurzen oder langen Prompts könnt ihr SIGI alles fragen, was euch beschäftigt.
- Auch Aufforderungen für Infografiken, Skizzen für Werbungen oder Angebotsgestaltungen etc. sind möglich.

Welche Wärmepumpenmarken sind am bekanntesten?

Nachgedacht für 32s

1. Datenbasis

Definition Early Adopter: Personen, die auf ein frühes Angebot zum Altersvorsorge-Depot mit **„abschließen, sofern das Angebot passt"** reagieren würden.
Gesamtwert: 11 %
Basis Gesamt: n_ungewichtet = 588

Referenz:
Frage-ID: **f44**
Fragetext: „Ab Juni 2026 werden manche Anbieter bereits Verträge […] ab dem 1. Januar 2027 anbieten […]. Wie würden Sie auf ein entsprechendes Angebot reagieren?"
Quelle: Sirius Campus, 2026, 1. Welle, *Altersvorsorge im Aufbruch*

Überdurchschnittliche Early-Adopter-Segmente mit n > 100

Segment	Anteil Early Adopter	n_ungewichtet	Einordnung
Stand Altersvorsorge: Information ausreichend	20 %	102	höchste belastbare Ausprägung
Abschlussbereitschaft AV-Depot: hoch	18 %	187	klarer Kernmarkt
Select Typ: Optimierer	16 %	189	stark überdurchschnittlich
Riester-Kunde: nein	15 %	363	deutlich über Gesamt
Zwei pAV-Verträge / Geldanlagen	15 %	122	vorsorgeaffin

Ich soll eine neue Kampagne für unserer Wärmepumpen entwickeln. Die Vorteile unserer Wärmepumpe sind … Ich möchte hauptsächliche Haus-Wohneigentümer ansprechen. Was kannst du mir empfehlen?

Erstelle mir eine Infografik dazu*



* Beispiel aus einer Befragung zum Altersvorsorge-Depot

Anmeldeformular für Online-Konferenzen „Wirksame Markenführung im Wärmepumpenmarkt“

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

Basic	Smart	Interactive	Individual
Teil II am 20.10.2026 **Ergebnisse rep. Erhebung** **Teilnahme und Handout**	**Teil II am 20.10.2026** **Ergebnisse rep. Erhebung** **Teilnahme und Handout** **+** Teil I Ergebnisse psych. Interviews Handout und auf Wunsch Kurz-Workshop zur Einführung	Teil I am 02.09.2026 + Teil II am 20.10.2026 Teilnahme und Handout + **SIGI KI-Sparringspartner** **Freischaltung für 12 Monate**	Teil I am 02.09.2026 + Teil II am 20.10.2026 Teilnahme und Handout **+** **+ Test von Werbemitteln in psych. Interviews (Teil I)** **+ individuelle Analyse zur eigenen Marke** **+ individueller Ergebnis-Workshop**
O 1.950 €	O 2.850 €	O 3.850 €	O 4.850 €

bitte ankreuzen

O Hiermit akzeptieren wir die Angebotsbedingungen auf den folgenden Seiten.

Bitte Rechnungsadresse angeben.

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

Alle Preise verstehen sich zzgl. der ges. MwSt.

sirius campus

Angebotsbedingungen für Mehrbezieher-Untersuchungen

Angebotsbedingungen

Bei zu wenigen Bestellungen behält sich Sirius Campus vor, die angebotene Leistung zu einem späteren Zeitpunkt durchzuführen.

Die Preise des Angebots beziehen sich nur auf die dargestellten Leistungen und dazugehörenden Bedingungen. Änderungen der Leistungen erfordern eine textliche Vertragsanpassung inkl. angepasster Leistungsbeschreibung und angepasstem Investitionsumfang für den Auftraggeber.

Exklusive Zusatzfragen als Tabelle und Grafik können zum Preis von jeweils 350 € zzgl. der ges. MwSt. gebucht werden.

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. Die Marke Select Typen ist als Wort- / Bildmarke beim Deutschen Patent- und Markenamt unter der Nummer 30 2020 011 740.2 eingetragen.

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.

Allgemeine Angebotsbedingungen für die Nutzung von SIGI - der KI-Sparringspartner zum angebotenen Themenfeld

Angebotsbedingungen

- Das Angebot richtet sich ausschließlich die Teilnehmer der Konferenz Angebots- und Treuestrategien im Markt der Strom- und Gastarife“
- Nach Bestellung stellt Sirius Campus den jeweiligen SIGI innerhalb weniger Tagen bis zum gebucht Zeitraumende zur Verfügung. Die Nutzungsdauer ist auf 12 Monate beschränkt und kann auf Wunsch gegen einen Aufpreis verlängert werden.
- Soweit die Leistung die Nutzung von Diensten Dritter, insbesondere OpenAI / ChatGPT, voraussetzt, liegen deren Verfügbarkeit, Funktionsfähigkeit, technische Änderungen und Zugangsvoraussetzungen außerhalb des Einflussbereichs von Sirius Campus. Sirius Campus haftet nicht für Störungen, Ausfälle, Änderungen oder Zugriffsbeschränkungen solcher Drittanbieter, soweit Sirius Campus diese nicht zu vertreten hat.
- Für die Ergebnisse von SIGI übernimmt Sirius Campus keine Haftung. Der Nutzer ist verpflichtet, Ergebnisse anhand der Hinweise auf Untersuchungsfrage im Bericht und der Tabelle eigenständig zu überprüfen.
- Der Kunde ist selbst für die technischen Voraussetzungen des Zugriffs verantwortlich, insbesondere für Internetverbindung, Endgeräte, Zugangsdaten, Berechtigungen sowie eigene Sicherheits- und Netzwerkeinstellungen. Für hieraus entstehende Zugriffsstörungen haftet Sirius Campus nicht.
- Die Investitionen (Preise) für das vorgeschlagene Projekt beziehen sich nur auf die dargestellten Leistungen und dazugehörenden Bedingungen, wie z. B. Leistungen und Material- sowie Datenbereitstellungen durch den Auftraggeber sowie Annahmen zu Inzidenzen der Zielgruppen.
- Änderungen der Leistungen erfordern eine textliche Vertragsanpassung inkl. angepasster Leistungsbeschreibung und angepasstem Investitionsumfang. Entsprechendes gilt auch für den zeitlichen Projektplan.
- Die Rechte am konzeptionellen und methodischen Vorgehen inkl. spezifischer Analysekonzepte und Nutzung existierender Kunden-, Berater- oder Vermittlertypen in diesem Beratungs- und Forschungsprojekt liegen und verbleiben unbefristet bei der Sirius Campus GmbH. Die Marke Select Typen ist als Wort- / Bildmarke beim Deutschen Patent- und Markenamt unter der Nummer 30 2020 011 740.2 eingetragen.
- 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 Handlungsempfehlung aus dem Beratungs- und Forschungsprojekt und des KI-Tools durch den Auftraggeber für wirtschaftliche oder andere Zwecke des Unternehmens und möglicher Folgeschäden.
- Bei Bereitstellung von Kundenkontakten wird eine Datenauftragsvereinbarung geschlossen. Der Auftraggeber ist dafür verantwortlich, dass datenschutzkonforme Einwilligungen der bereitgestellten Personendaten für die in diesem Angebot geplanten Befragungen vorliegen.
- Alle Investitionen (Preise) verstehen sich zzgl. der gesetzlichen Umsatzsteuer. 100% der Rechnung wird mit Bereitstellung des Zugangs fällig. 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.
- Weiterhin gilt, wie auch bei bisherigen Untersuchungen von Sirius Campus, das dieses KI-Tool, insbesondere die enthaltenen Daten und Analysespezifikationen sowie alle einzelnen Untersuchungsergebnisse Eigentum der Sirius Campus GmbH sind.
- 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.

Kundenentscheidungen verstehen

Kontakt und über Sirius Campus

sirius campus

Das Projektteam

Kontakt



Dr. Oliver Gaedeke

Gründer & Geschäftsführer

Oliver.Gaedeke@siriuscampus.de

Direkt: +49 152 38 24 66 40



Karolin Schneider

Consultant

Karolin.Schneider@siriuscampus.de

Direkt: +49 152 38 24 66 45

Entscheidungsprozesse mit Behavioral Economics optimieren und Erfolge ernten

Über Sirius Campus

Wirksame Angebote entwickeln

Kunden entschieden machen

Aufmerksamkeits-starke Ansprache gestalten



Kauf- und Preis-bereitschaft steigern

Absatz und Ertrag steigern

www.siriuscampus.de und www.select-typen.de

sirius campus

Die Gestaltung von Entscheidungs-prozessen bietet ein überraschendes Wirkungspotenzial

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