

WOHNBAUFORSCHUNG
NIEDERÖSTERREICH;
WOHNBAUFORSCHUNGSERFASSUNG
PROJEKTDESCHEIBUNG

2011

-

ERFASSUNGSNUMMER: 822183

SIGNATUR: WBF2011 822183

KATALOG: A, INDEX ST. PÖLTEN

STATUS: 22 2

BESTART: E

LIEFERANT: WOHNBAUFORSCHUNG
DOKUMENTATION 2011, WBF2011,
WBFNOE

ERWAR: B

EXEMPLAR: 1

EINDAT: 2011-06-03gs

BDZAHL: 1 Endbericht

HAUPTETRAGUNG: **Endkundenspezifische Motivfor-
schung zur vermehrten/ ver-
stärkten Annahme von Weiterbil-
dungsmaßnahmen im Bereich ener-
gieeffizientes und nachhaltiges Bauen
und Sanieren – „Überzeugen statt
zwingen“**

TYP: 1

VERFASSER – VORL: Projektleiter: **Martin Bruckner**

ZUSÄTZE: F 2183

VERLAGSORT, BEARBEITERADRESSE: Sonnenplatz Großschönau GmbH
3922 Großschönau, Harmann-
steinerstr. 120, Tel.: 02815-77270

VERLAG, HERAUSGEBER: Eigenverlag

E-Jahr:	2011
UMFANG:	80 Seiten Endbericht inkl. Kurzdarstellung
FUSSNOTEN HAUPTGRUPPEN ABGEKÜRZT:	SOGL
SACHGEBIET(E)/ EINTEILUNG BMWA:	Wohnbedürfnisse, Energie
ARBEITSBEREICH (EINTEILUNG NACH F-971, BMWA):	Planung Wohnungssoziologie
SW – SACHLICHE (ERGÄNZUNG)	Energiesparen, Wissenstransfer, Passivhaus, Weiterbildung
PERMUTATIONEN:	S1 / S2

BEDEUTUNG FÜR NIEDERÖSTERREICH: Das Projekt konzentriert sich auf die **Effektivität von Informations- und Weiterbildungsmaßnahmen** und auf die Forcierung der Nutzerakzeptanz hierzu. Dies erfolgt in erster Linie durch die Ausrichtung der Veranstaltungen nach den Wünschen der Kunden hinsichtlich Dauer, Kosten, Entfernung zum Wohnort, Organisation etc. Es sollen **motivierende Anreize** geschaffen werden, wobei mittels Fragebögen Motive und Beweggründe abgefragt werden, die für den Kunden Anlass sind, an unterschiedlichen Fortbildungsveranstaltungen zum Thema energieeffizientes Bauen und Sanieren freiwillig teilzunehmen. Ziel ist es, den Anteil an energieeffizienten Neubauten in NÖ durch entsprechende Info- und Weiterbildungsveranstaltungen zu steigern, indem Schulungen so nah wie möglich zum Endkunden gebracht werden.

Mit diesem Projekt soll aber auch die Sanierungsrate im Bereich thermischer Sanierung gesteigert werden. Auf die Verbindung zu den Ergebnissen des WBF-Projektes F-2168 (Verstärkung des Passivhaus-Trends) soll hingewiesen werden.

Die Conclusio im vorliegenden Projekt bildet die Erstellung von Lösungsansätzen zur besseren Annahme von Weiterbildungsveranstaltungen. Neben einer Reihe von Vorschlägen für die definierten Stakeholder wurden auch Maßnahmen für die Zielgruppe der Häuselbauer und Sanierer erarbeitet. Die entscheidenden Punkte zur Motivation der Bevölkerung zur Teilnahme an Weiterbildungsveranstaltungen im Bereich nachhaltiges Bauen und Sanieren sind dabei:

- die **Nutzung des Multiplikatoreffekts** (Gemeinden als Mitveranstalter und Unterstützer bei der Bewerbung, nicht bloß als Veranstaltungsort).

- die **Einbindung der Stakeholder** (Land Niederösterreich, Gemeinden und Wirtschaft).
- die **Erstmotivation der Bevölkerung** kann idealerweise nur mittels regionalen Informationsveranstaltungen erfolgen.
- die **Schaffung von zusätzlichen Anreizen** (z.B. höhere Fördersätze aufgrund von Kursbesuchen, ...).

Die Weiterbildungsangebote müssen dementsprechend verstärkt nach den Wunschkriterien der potentiellen Teilnehmer gestaltet werden, um erfolgreicher angenommen zu werden. In Niederösterreich muss die Verbreitung der Energieeffizienz zur Erreichung der gesteckten Klimaziele mittels gezielter Aufklärungsarbeit noch eine stärkere Verbreitung erfahren.



Endbericht
NÖ Wohnbauforschung:
Endkundenspezifische Motivforschung zur vermehrten/verstärkten
Annahme von Weiterbildungsmaßnahmen im Bereich
energieeffizientes und nachhaltiges Bauen und Sanieren –
„Überzeugen statt zwingen“

Kennzeichen: F2-B-F-2183

Sonnenplatz Großschönau GmbH
Harmannsteinerstraße 120
3922 Großschönau



Inhaltsverzeichnis

Kurzbericht.....	3
1. Einleitung	5
2. Ergebnisse der einzelnen Arbeitspakete.....	8
2.1 AP 0) Projektmanagement	8
2.2 AP 1) Erarbeiten von Kriterien	10
2.3 AP 2) Informationsveranstaltungen und Befragungen	11
2.4 AP 3) Zusammenfassen, aufbereiten und präsentieren der Ergebnisse.....	24
2.4.1 Untersuchungsdesign der quantitativen Sozialforschung	24
2.4.2 Auswertung der Fragebögen.....	24
2.4.3 Analyse der Ergebnisse	58
2.4.4 Feedback des Antragstellers.....	63
2.4.5 Synergien zum Vorgängerprojekt.....	65
2.5 AP 4) Lösungsansätze erarbeiten und präsentieren.....	71
3. Conclusio	79
4. Anhang	81
4.1 Fragebogen	81
4.2 Einladung	83
4.3 Gemeindenachrichten	84
4.4 Presseclippings	94
4.5 Präsentationen	105

Kurzbericht

Das Projekt „Endkundenspezifische Motivforschung zur vermehrten/verstärkten Annahme von Weiterbildungsmaßnahmen im Bereich energieeffizientes und nachhaltiges Bauen und Sanieren – Überzeugen statt zwingen“ fokussierte auf die mögliche Akzeptanz von Weiterbildungsangeboten im Bereich des energieeffizienten und nachhaltigen Bauens und Sanierens. Der Fokus lag in der Untersuchung, wie bestehende und künftige Bildungsangebote von möglichen Interessenten angenommen oder abgelehnt werden und die Beweggründe für diese Entscheidung. Abgerundet wird das Projekt durch Schlussfolgerungen, durch die Niederösterreich seine Vorreiterrolle im Bereich Aus- und Weiterbildung im Bereich energieeffizientes und nachhaltiges Bauen und Sanieren ausbauen kann.

Zur Erreichung dieser Ziele wurden im Projekt folgende Arbeitsschritte gesetzt:

- Zusammenstellen der Kriterien, die für den Besuch einer Veranstaltung ausschlaggebend sind (z.B. Anreise, Kosten, Dauer, ...)
- Erstellen eines Fragebogens
- Organisation von 15 kostenlosen Informationsveranstaltungen in niederösterreichischen Gemeinden zum Schwerpunkt „energieeffizientes Bauen und Sanieren“
- Befragung der Teilnehmer dieser Informationsveranstaltungen mittels des erstellten Fragebogens
- Auswertung der Ergebnisse und Auflistung der 10 größten Motivationsgründe und der 10 größten Hemmnisse, um Veranstaltungen (nicht) zu besuchen
- Zusammenstellen von Strategieansätzen, um neue Schulungskonzepte zur Erreichung von bislang nicht motivierten Personen umzusetzen und so die Informationen über energieeffizientes Bauen und Sanieren in die Breite zu tragen

Der Besucherzustrom bei den Informationsveranstaltungen in 15 niederösterreichischen Gemeinden variierte zwischen 6 und 56 Teilnehmern. Die Befragung der Anwesenden ergab 389 ausgefüllte Fragebögen rund um deren Einschätzungen zu Weiterbildungsangeboten im Bereich energieeffizientes Bauen und Sanieren. Im Rahmen der Auswertung der Fragebögen und der anschließenden Analyse ergab sich ein Bild eines „typischen“ Besuchers: männlich, über 50 Jahre, verheiratet, Lehr- oder Fachschulabschluss, 2-Personen-Haushalt, Einfamilienhaus. Dieser „typische“

Informationssuchende wünscht sich Weiterbildungsveranstaltungen, die an einem Abend unter der Woche in der eigenen Gemeinde mit einer Dauer von maximal 4 Stunden angeboten werden. Die Teilnahme ist im Idealfall kostenlos oder wird zumindest entsprechend gefördert. Weitere Faktoren, die im Zusammenhang einer bestmöglichen Veranstaltung von Bedeutung sind: Experten als Referenten, Unterlagen werden bereitgestellt, Praxisbeispiele werden gezeigt und für die Pausenverpflegung wird gesorgt. Als größte Hemmnisse für die Inanspruchnahme von Weiterbildungsmaßnahmen kristallisierten sich die folgenden drei Faktoren heraus:

- **Entfernung:** Weite Strecken werden nicht auf sich genommen.
- **Kosten:** Teure Angebote für die es auch keine Fördermöglichkeiten gibt werden als sehr negativ beurteilt.
- **Zeit:** Mehrtägige Veranstaltungen, die nur tagsüber besucht werden können, widersprechen den Vorstellungen der potentiellen Teilnehmer.

Die Conclusio im vorliegenden Projekt bildet die Erstellung von Lösungsansätzen zur besseren Annahme von Weiterbildungsveranstaltungen. Neben einer Reihe von Vorschlägen für die definierten Stakeholder wurden auch Maßnahmen für die Zielgruppe der Häuselbauer und Sanierer erarbeitet. Die entscheidenden Punkte zur Motivation der Bevölkerung zur Teilnahme an Weiterbildungsveranstaltungen im Bereich nachhaltiges Bauen und Sanieren sind dabei:

- die **Nutzung des Multiplikatoreffekts** (Gemeinden als Mitveranstalter und Unterstützer bei der Bewerbung, nicht bloß als Veranstaltungsort).
- die **Einbindung der Stakeholder** (Land Niederösterreich, Gemeinden und Wirtschaft).
- die **Erstmotivation der Bevölkerung** kann idealerweise nur mittels regionalen Informationsveranstaltungen erfolgen.
- die **Schaffung von zusätzlichen Anreizen** (z.B. höhere Fördersätze aufgrund von Kursbesuchen, ...).

Die Weiterbildungsangebote müssen dementsprechend verstärkt nach den Wunschkriterien der potentiellen Teilnehmer gestaltet werden, um erfolgreicher angenommen zu werden. In Niederösterreich muss die Verbreitung der Energieeffizienz zur Erreichung der gesteckten Klimaziele mittels gezielter Aufklärungsarbeit noch eine stärkere Verbreitung erfahren.

1. Einleitung

Der vorliegende Endbericht zum Projekt „Endkundenspezifische Motivforschung zur vermehrten/verstärkten Annahme von Weiterbildungsmaßnahmen im Bereich energieeffizientes und nachhaltiges Bauen und Sanieren – Überzeugen statt zwingen“ fokussierte auf die mögliche Akzeptanz von Weiterbildungsangeboten im Bereich des energieeffizienten und nachhaltigen Bauens und Sanierens. Im Rahmen von 15 Informationsveranstaltungen in niederösterreichischen Gemeinden wurde die Bevölkerung einerseits firmenneutral informiert und andererseits konnten deren Einschätzungen zur möglichen Annahme von Weiterbildungsmaßnahmen im Bereich von energieeffizientem Bauen und Sanieren mittels eines entwickelten Fragebogens abgefragt werden.

Probewohnen® in einem Passivhaus ist am Sonnenplatz Großschönau Realität. Dadurch wird der Standard des Passivhauses nicht nur in die Breite getragen, sondern auch das Nutzerverhalten, das Nutzerempfinden und die persönlichen Einstellungen zur Thematik eruiert. Erstmals werden verschiedene Faktoren wie Motive und Beweggründe abgefragt und bewertet. Somit sind die Wünsche und Ängste der Probewohner, die bereits eine an Energieeffizienz und Ressourcenschonung interessierte Klientel darstellen, bekannt. Die Sonnenplatz Großschönau GmbH hat dadurch bereits Erfahrungen für zielgruppenspezifische Befragungen gesammelt. Aufbauend auf den Ergebnissen aus dem Vorgängerprojekt „Strategie zur Verstärkung des Passivhaustrends in Niederösterreich“, dass die Akzeptanz und die Umsetzung von Passivhäusern im Neubausektor eruierte, wurden im gegenständlichen Projekt zusätzliche Faktoren analysiert und ausgewertet. Im vorliegenden Projekt wurden das Interesse an themenspezifischen Weiterbildungsangeboten und die möglichen damit verbundenen Hemmnisse und Barrieren abgefragt und ausgewertet. Diese einzigartigen Gegebenheiten sollen für das vorliegende Pilotprojekt genutzt werden, um die Verbreitung energieeffizienten Bauens und Sanierens in Niederösterreich zu forcieren.

Das vorliegende Forschungsvorhaben fokussiert auf die Erhebung von generellem Interesse an Informations- und Weiterbildungsmaßnahmen. Erhoben wurden Hemmnisse, die z.B. in der Einstellung von Häuselbauern begründet liegen, aufgrund welcher sich der Interessierte gegen eine Teilnahme an Informationsveranstaltungen entscheidet. Durch die genaue Erhebung der Voraussetzungen (wie z.B. Dauer, Kosten, etc.), ob eine Veranstaltung besucht wird, ist es erstmals machbar, Schulungen so nah als möglich zum

Endkunden zu bringen. Die Vielzahl an qualitativ hochwertigen Informationsveranstaltungen in Niederösterreich soll besser besucht und genutzt werden. Weitere Veranstaltungen mit Inhalten zu den Themen wie Finanzierung und Einreichberatung, gesundes und ökologisches Wohnen, Einsatz von erneuerbarer Energie, etc. sollen erfolgreich angeboten werden können. Durch das vorliegende Projekt soll die Nutzerakzeptanz für Weiterbildungsmaßnahmen eruiert und forciert werden. Dies erfolgt in erster Linie durch die Ausrichtung der Veranstaltungen nach den Wünschen der Kunden hinsichtlich Dauer, Kosten, Entfernung zum Wohnort, Organisation, etc. Des Weiteren sollen motivierende, bewegende Anreize geschaffen werden, die dann auch in der Bewerbung der Angebote genutzt werden können.

Dafür wurden mittels Fragebogen Anreize oder Motive abgefragt, die für den Kunden ausschlaggebend sind, an unterschiedlichen Fortbildungsveranstaltungen zum Thema energieeffizientes Bauen und Sanieren freiwillig teilzunehmen oder nicht. Insbesondere Fragen zu Beweggründen lieferten nach ihrer Auswertung aufschlussreiche Antworten. Dabei wurden die Teilnehmer an kostenlosen Informationsveranstaltungen, die der Antragsteller in 15 Gemeinden zum Schwerpunkt „energieeffizientes Bauen und Sanieren“ veranstaltete, mittels Fragebögen befragt. Um das Problem der Lokalität – viele Teilnehmer bewegen sich freiwillig nur in einem eingeschränkten Radius zum Wohnort (größere Strecken werden nicht auf sich genommen) – zu umgehen, sollen die Interessenten eben direkt vor Ort in ihren eigenen Gemeinden erreicht werden. Dabei wurden die Gemeinden als Multiplikatoren genutzt, weil sie die erste Anlaufstelle für künftige Häuselbauer und auch Sanierer darstellen und den direkten Kontakt zur Bevölkerung haben.

Das vorliegende Projekt dient vor allem dazu, die niederösterreichische Position im Bereich ökologischer und energieeffizienter Hausbau und Sanierung zu stärken und aktiv auszubauen. Der Anteil an energieeffizienten Neubauten und Sanierungen in Niederösterreich soll durch entsprechende Informations- und Weiterbildungsveranstaltungen vermehrt werden. Denn nur wenn man über die aktuellen Möglichkeiten beim Bauen und Sanieren Bescheid weiß, kann man diese auch im Anschluss nutzen – mit all den positiven Auswirkungen auf die Umwelt und die Wirtschaft. Schließlich fördern kritischere Kunden die Qualität in der Wirtschaft und üben einen Druck von unten aus, damit Entwicklungen schneller vorangetrieben werden.

Mit diesem Vorhaben soll auch die Sanierungsrate im Bereich thermische Sanierung gesteigert werden. Die thermisch-energetische Sanierung der bestehenden Gebäude ist eine zentrale Maßnahme zur Erreichung der österreichischen Energie- und Klimaschutzziele. Der Beitrag zur Reduktion der treibhausrelevanten Emissionen durch Gebäudesanierung ergibt sich aus dem Produkt von: Sanierungsrate x Sanierungsqualität. Während hinsichtlich der Sanierungsqualität in den letzten Jahren wesentliche Fortschritte erzielt werden konnten (siehe Passivhaussanierungen, Haus der Zukunft), stagnierte die Sanierungsrate in wesentlichen Segmenten. Die Erfahrung der vergangenen Monate zeigt, dass finanzielle Förderungen von Bund oder Land in diesem Bereich sehr viel bewegen können. Dennoch muss im Bereich Hausbau und Sanierung immer die Qualität im Vordergrund stehen. Denn jedes jetzt falsch sanierte Haus ist für die nächsten Jahrzehnte verlorenes Potential für Energieeinsparungen. Wenn es gelingt, die Sanierungsrate ab 2010 von knapp über 1% auf 3% zu erhöhen, können bis 2030 2,75 Mio. Wohneinheiten saniert werden. Bei Annahme einer 1%-igen Sanierungsrate sind dies im Vergleich weniger als 1 Mio. Wohneinheiten.¹

Im vorliegenden Endbericht werden die definierten Arbeitspakete und deren Ergebnisse sowohl beschreibend als auch teilweise grafisch dargestellt. Im AP 1 wurden Kriterien erarbeitet, mit Hilfe derer entsprechende Antworten für oder gegen den Besuch von Weiterbildungsveranstaltungen mit einem dementsprechenden Fragebogen erhoben werden können. Das darauf folgende AP bestand einerseits aus der Organisation und Durchführung von den 15 Informationsveranstaltungen in niederösterreichischen Gemeinden und andererseits in der Durchführung einer Sozialforschung mittels der Erhebung durch die erarbeiteten Fragebögen. Das AP 3 diente der Auswertung der erhobenen Daten und deren zusammenfassender Analyse. Abschließend wurden im AP 4 Lösungsansätze zur verstärkten Annahme von Weiterbildungsmaßnahmen erarbeitet. Einzelne Arbeitspakete bzw. einzelne Teile von Arbeitspaketen wurden bereits im Zwischenbericht ausführlich erläutert. Um einen vollständigen Endbericht einzureichen, wurden diese Teile aus dem Zwischenbericht übernommen. Zusätzlich ist zu erwähnen, dass bei allen personenbezogenen Bezeichnungen die gewählte Form für beide Geschlechter gilt.

¹ Quelle: ÖGUT, Energie 2030

2. Ergebnisse der einzelnen Arbeitspakete

2.1 AP 0) Projektmanagement

Das AP 0 mit der Bezeichnung „Projektmanagement“ kam über die gesamte Projektlaufzeit zur Anwendung und verfolgte die Intentionen der effizienten Koordination der Arbeitspakete, sowie ein laufendes Projektcontrolling auf zeitlicher und monetärer Ebene.

Effizientes Projektmanagement bildet die Basis für ein gelungenes Projekt. Projektmanagement ist somit in jeder Phase des Projektes ein wesentliches Kriterium, welches zum Projekterfolg beiträgt. Aufgrund der Erfahrung zahlreich erfolgreich absolvierter Projekte hat das Projektteam der Sonnenplatz Großschönau GmbH die Anwendung folgender Instrumente des Projektmanagements beschlossen:

Zu Beginn des Projektes wurde ein Kommunikationsplan erstellt. Laufende Kommunikation im Projekt vollzog sich einerseits schriftlich in Form von Mails bzw. per Post. Andererseits standen die Projektmitarbeiter mit den im Projekt beteiligten Referenten und den Ansprechpersonen der jeweiligen Gemeinden immer wieder telefonisch in Verbindung, da dies einen sehr direkten und somit kurzen Weg der Informationsbeschaffung und der Informationsweitergabe darstellt.

Die Abstimmung mit dem Auftraggeber erfolgte primär durch den Antragsteller des Forschungsprojektes, der Sonnenplatz Großschönau GmbH. Wie die im Antrag definierten Auflagen umgesetzt wurden, wird in den jeweiligen Arbeitspaketen beschrieben:

Das erfahrene Projektteam hat bereits vielfach erfolgreiche Projekte in unterschiedlichen Größenordnungen geleitet und als Partner begleitet. Aus diesem Grund war es möglich, den Projektverwaltungsaufwand so gering wie möglich in Relation zur inhaltlichen Arbeit halten zu können.

Zu den bedeutendsten Meilensteinen dieses Arbeitspaketes, die im Vorfeld definiert wurden, zählten:

- Der Aufbau der definierten Projektmanagement-Infrastruktur (E-Mail Verteiler, Kontaktliste, Kommunikationsplan, Projekt-Controlling).

- Die Erstellung eines Zwischenberichtes.
- Der erfolgreiche Abschluss des Projektes mit Finalisierung des Endberichtes.

Diese im Vorfeld definierten Resultate konnten im AP 0 erreicht und gewährleistet werden.

Die Erarbeitung des vorliegenden Endberichts für das Projekt „Endkundenspezifische Motivforschung zur vermehrten/verstärkten Annahme von Weiterbildungsmaßnahmen im Bereich energieeffizientes und nachhaltiges Bauen und Sanieren“ – „Überzeugen statt zwingen“ dient dazu, das Wissen für Folgeprojekte festzuhalten bzw. um im Bedarfsfall auf die Ergebnisse zurückzugreifen.

Die Anwendung der verschiedenen erforderlichen Projektmanagement-Tools und die Koordination des Projektes waren Aufgabe des Projektantragstellers, der Sonnenplatz Großschönau GmbH.

2.2 AP 1) Erarbeiten von Kriterien

Ziel des Arbeitspakets 1 war die Erstellung eines möglichst umfassenden Fragebogens, aus dessen Analyse die Einstellung gegenüber Weiterbildungsangeboten im Bereich des energieeffizienten Bauens und Sanierens eruiert werden kann.

Durch ein Brainstorming der am Projekt beteiligten Mitarbeiter entstand eine Zusammenstellung der Kriterien, die für einen Besuch einer Veranstaltung ausschlaggebend sind (z.B. Anreise, Veranstalter, Kosten, Dauer, Zeit,...). Darauf aufbauend wurden vier Bereiche definiert, zu denen in der Folge passende Fragen erarbeitet wurden. Der Fragebogen sollte somit verwertbare Ergebnisse zu den folgenden vier Schwerpunkten bringen:

- generelle Einstellung zum Thema Energieeffizienz
- Bewertung von Kriterien zur Durchführung von Informationsveranstaltungen oder Kursen
- Feedback zum besuchten Vortragsabend
- statistische Daten

Zunächst wurden mögliche Fragen formuliert, die dann im Hinblick auf die definierte Zielsetzung ausgewählt und im Fragebogen zusammengeführt wurden. Mittels mehrerer Korrekturschleifen konnte der Fragebogen auf eine kompakte Form reduziert und optisch ansprechend gestaltet werden, ohne inhaltlich an Qualität einzubüßen (siehe Anhang 4.1, S. 81 f). Insgesamt beinhaltet der Fragebogen 17 Fragen, teilweise mit Unterpunkten. Die Form der Fragestellung sind gestützte Fragen. Dabei wurden zwar Antwortmöglichkeiten vorgegeben, aber immer auch die Möglichkeit für Ergänzungen offen gelassen. Die Option „Sonstiges“ mit Platz für eigene Kommentare wurde auch von den Befragten positiv aufgenommen.

2.3 AP 2) Informationsveranstaltungen und Befragungen

Das Ziel des vorliegenden Pilotprojekts war es, an Neubau oder Sanierung interessierte Personen bei kostenlosen Informationsveranstaltungen zu informieren und mittels Fragebogen deren Beweggründe für oder gegen den Besuch von Weiterbildungsangeboten abzufragen. Um das Problem der Lokalität, viele Teilnehmer bewegen sich freiwillig nur in einem eingeschränkten Radius zum Wohnort (größere Strecken werden nicht auf sich genommen), zu umgehen, sollten die Interessenten eben direkt vor Ort in ihren eigenen Gemeinden erreicht werden. Dabei wurden die Gemeinden als Multiplikatoren genutzt, weil sie die erste Anlaufstelle für künftige Häuselbauer und auch Sanierer darstellen und den direkten Kontakt zur Bevölkerung haben.

Zur Organisation und Durchführung von 15 Informationsveranstaltungen in niederösterreichischen Gemeinden zum Schwerpunkt „energieeffizientes Bauen und Sanieren“ waren mehrere Schritte notwendig:

Recherchetätigkeit:

Der erste Schritt war die Erhebung von möglichen Gemeinden, die als Standort für einen der 15 Vortragsabende in Frage kamen, mittels Online-Recherche, Kontaktaufnahme mit bereits bekannten und am Bereich Energie interessierten Gemeinden oder Befragung von mit der Gemeindeentwicklung befassten Stellen (z.B. Energieagentur der Regionen). Bei der Auswahl möglicher Gemeinde-Standorte wurde auch auf eine möglichst gleichmäßige Verteilung auf alle vier Landesviertel geachtet. Außerdem wurden in erster Linie größere Städte, zum Teil Bezirkshauptstädte, angesprochen, da dort vermutlich ein größeres Potential an interessierten Bürgern vorhanden ist. Die Liste möglicher Veranstaltungsorte wurde dann nach definierten Kriterien bewertet und zusammengekürzt, bis potentielle Teilnehmer eruiert werden konnten.

Kontaktaufnahme mit möglichen Gemeinde-Standorten:

Der Erstkontakt mit über 20 ausgewählten Gemeinden wurde zumeist persönlich oder telefonisch hergestellt. Zur weiteren Kontaktaufnahme mit den ausgewählten Gemeinden wurde ein Informationsblatt verfasst, das gemeinsam mit einem persönlichen Anschreiben, an die jeweiligen Bürgermeister per Mail versandt wurde. Oftmals war ein zusätzliches telefonisches Nachsetzen erforderlich. Dabei fielen

einige Gemeinden weg, die entweder an der Durchführung der kostenlosen Informationsveranstaltung in ihrer Gemeinde nicht interessiert waren oder deren Teilnahme im Projektzeitraum wegen anderer Gründe nicht möglich war. Die verbleibenden 15 Gemeinden sollten sich einen Termin für die Veranstaltung aussuchen. Die Vergabe der Termine richtete sich nach dem Einlangen der Anmeldungen. Nach der Terminvergabe startete die Organisation von geeigneten Räumlichkeiten, technischer Ausrüstung und anderer Rahmenbedingungen mit den jeweiligen Gemeinden. Zur Bewerbung der Veranstaltungen erhielten die Gemeinden eine Einladungs-Vorlage, die sie inhaltlich noch an die lokalen Gegebenheiten anpassen konnten, die allerdings mit einem einheitlichen Layout ausgegeben wurde. Weiters ergingen an die Gemeinden Tipps und Empfehlungen zur Bewerbung. Auch mit dem Druck von Plakaten wurden die Gemeinden unterstützt. Die Sonnenplatz Großschönau GmbH organisierte darüber hinaus eine E-Mail-Aussendung an die Adressen aus der firmeneigenen Kundendatenbank.

Die Termine mit folgenden 15 Gemeinden² konnten fixiert und in der Folge durchgeführt werden:

- Baden
- Grafenwörth
- Heidenreichstein
- Kirchberg an der Pielach
- Korneuburg
- Laa an der Thaya
- Laxenburg
- Lichtenau
- Melk
- Perchtoldsdorf
- Poysdorf
- St. Valentin
- Scheibbs
- Schwarzenau
- Zwettl

² Alphabetische Reihenfolge



Organisation von externen Referenten:

Im Vorfeld der Veranstaltungen wurden mögliche Experten recherchiert, die als externe Referenten bei den Vortragsabenden neben einem Mitarbeiter der Sonnenplatz Großschönau GmbH auftreten könnten. Das Ergebnis waren rund 15 mögliche Referenten, die aufgrund ihrer unterschiedlichen beruflichen und privaten Herkunft schwierig zu koordinieren gewesen wären. Dadurch entstand die Idee eine Kooperation mit der NÖ Energieberatung einzugehen, wodurch in jedem Landesviertel zumindest ein Referent zur Verfügung stand und somit die Termine regional besser abgedeckt werden konnten. Die Energieberatung NÖ ist in der Bevölkerung bekannt und genießt hohes Ansehen, was die Qualität des Vortragsabends zusätzlich gewährleistet.

Termin	Ort	Kontaktperson	Externer Vortragender	Anzahl Besucher
Oktober 2010				
22. Oktober	Schwarzenau	Bgm. Karl Elsigan	Ing. Ewald Grabner	6
November 2010				
3. November	Melk	Bgm. Thomas Widrich	Ing. Friedrich Heigl	15
4. November	Poysdorf	Bgm. Karl Wilfing	Ing. Ewald Grabner	24
11. November	Laa an der Thaya	Bgm. Manfred Fass	Ing. Ewald Grabner	23
22. November	Zwettl	GR Herbert Grulich	Ing. Ewald Grabner	47
24. November	Lichtenau	AL Richard Rauscher	Ing. Ewald Grabner	21
25. November	St. Valentin	Bgm. Kerstin Suchan	Ing. Hans Frohmann	49
26. November	Grafenwörth	Bgm. Alfred Riedl	Ing. Ignaz Röster	21
Dezember 2010				
1. Dezember	Korneuburg	Peter Madlberger	Ing. Ewald Grabner	6
2. Dezember	Laxenburg	Bgm. Robert Dienst	Ing. Gerhard Puchegger	29
3. Dezember	Perchtoldsdorf	Gregor Gatscher-Riedl	Ing. Gerhard Puchegger	9
Jänner 2011				
17. Jänner	Kirchberg/Pielach	Bgm. Anton Gonaus	Ing. Ignaz Röster	56
19. Jänner	Baden	DI Georg Kaiser	DI Monika Panek	31
20. Jänner	Scheibbs	Bgm. Christine Dünwald	Ing. Friedrich Heigl	15
25. Jänner	Heidenreichstein	UGR Erich Müllner	Ing. Ewald Grabner	39

Erstellung von Unterlagen:

Neben dem erarbeiteten Fragebogen wurden auch Teilnehmerlisten erstellt. Die Sonnenplatz Großschönau GmbH erstellte auch die Präsentation für ihren Teil des Vortragsabends, wobei es mit der Energieberatung NÖ Abstimmungen gab, um Überschneidungen zu vermeiden und gegenseitig vom Wissen und der Präsentationserfahrung zu profitieren.

Zur Abtestung, inwieweit zusätzliche Angebote eine Teilnahme an Informationsveranstaltungen beeinflussen, wurde ein Gewinnspiel entwickelt und angeboten. Dazu wurden Gewinnspielzettel erstellt, die von den Teilnehmern freiwillig ausgefüllt werden konnten. Am Ende der Veranstaltung wurde unter den anwesenden Teilnehmern passend zum Thema „Energieeffizientes Bauen und Sanieren“ ein Probewohn-Gutschein für einen Aufenthalt in einem Passivhaus am Sonnenplatz Großschönau verlost.

Um die Teilnehmer über das energieeffiziente Bauen und Sanieren auch weiterführend zu informieren, wurden spezielle Folder zum Austeilen von der Sonnenplatz Großschönau GmbH erstellt. Auch andere Unterlagen von Sonnenplatz und der Energieberatung NÖ wurden bei den Terminen zur Entnahme aufgelegt. Nach Abschluss der Veranstaltungsreihe wurde an alle Adressen, die durch das Gewinnspiel erhoben werden konnten, Informationsmaterial passend zum Thema energieeffizientes Bauen und Sanieren per Post versandt.

Planung des Ablaufs des Vortragsabends:

An den Vortragsabenden sollten jeweils zwei Vorträge, je einer durch einen Mitarbeiter der Sonnenplatz Großschönau GmbH und einen Referenten der Energieberatung NÖ, abgehalten werden. Die beiden Vorträge behandelten die Themen „Thermische Sanierung und Förderung“ sowie „Warum Energieeffizienz im Neubau?“, wobei sich diese Reihenfolge auch im Probelauf als sinnvoll erwiesen hatte. Aufgrund des jeweiligen Fachwissens hielt den Vortrag zum energieeffizienten Neubau ein Mitarbeiter der Sonnenplatz Großschönau GmbH (z.B. 1. Europäisches Passivhausdorf zum Probewohnen[®]) und der Referent der Energieberatung NÖ erklärte die thermische Sanierung samt Förderungsmöglichkeiten. Die Pause zwischen den Vorträgen wurde zur Befragung der Veranstaltungsteilnehmer mittels des erarbeiteten Fragebogens genutzt. Im Anschluss an die Vorträge fand je nach Bedarf eine Frage- und Diskussionsrunde statt. Am Ende der Veranstaltung wurde, wie bereits erwähnt, der Gewinner aus den Teilnehmern des Gewinnspiels gezogen. Für jede Veranstaltung wurde im Vorfeld eine Checkliste erstellt, damit alle benötigten Utensilien und die technische Ausrüstung rechtzeitig vorbereitet wurden. Neben den Referenten war auch jeweils ein Projektmitarbeiter der Sonnenplatz Großschönau GmbH zur Gewährleistung des reibungslosen Ablaufs vor Ort. Eine weitere Attraktion war das Probe fahren mit einem Trikke (= elektrischer Roller).

Öffentlichkeitsarbeit:

Zur idealen Verwertung der abgehaltenen Veranstaltungen wurden nach jedem Termin Pressemeldungen erstellt und an die jeweiligen lokalen Medien versandt. Weiters wurde zur Nachberichterstattung ein Beitrag für die Gemeinde- oder Stadtzeitungen für die teilnehmenden Gemeinden vorbereitet. Eine Auswahl an Presseclippings aus Gemeindenachrichten und lokalen Zeitungen befindet sich im Anhang (siehe 4.4, S. 94 ff).

Im Folgenden wird ein Rückblick auf die kostenlosen Informationsveranstaltungen in den oben bereits angeführten 15 niederösterreichischen Gemeinden in Wort und Bild gegeben.

Schwarzenau

Der Probelauf in der Waldviertler Marktgemeinde Schwarzenau diente auch zur Überprüfung des geplanten Ablaufes und Zeitrahmens, sowie zur Abtestung der Inhalte der Präsentationen. Daraus ergab sich die Notwendigkeit für geringe Modifikationen. Die Marktgemeinde Schwarzenau ist ein Beispiel dafür,



dass der Multiplikatoreffekt nicht immer funktioniert. Bürgermeister Karl Elsigan und der Modellregionen-Manager Ulrich Küntzel haben sich stark für die Informationsveranstaltung eingesetzt. Dennoch konnten nur 6 Teilnehmer begrüßt werden.

Melk



In der Stadt Melk wurden die verbesserten Präsentationen gezeigt. In diesem Fall fiel leider von Seiten der Stadtgemeinde die Unterstützung für die Veranstaltung eher gering aus (z.B. waren der Bürgermeister und die Stadträte auf einer anderen Sitzung). Daher war das Ergebnis mit 16 Teilnehmern umso erfreulicher, weil in diesem Fall die Bewerbung über lokale Zeitungen gefruchtet hatte. Unter den

Teilnehmern waren sehr interessierte Personen, die sich auch für weiterführende Möglichkeiten der Informationsbeschaffung (z.B. Exkursion zum Sonnenplatz Großschönau) interessierten.

Poysdorf



Die Veranstaltung in der Stadtgemeinde Poysdorf liegt im Mittelfeld des Besucheraufkommens. Auch hier konnte sich eine Gewinnerin über einen Probewohn-Gutschein freuen.

Laa an der Thaya



Bei der Veranstaltung in der Stadtgemeinde Laa an der Thaya wurde nach der Veranstaltung vor allem das Angebot zur vertiefenden Fragenrunde genutzt.

Zwettl



Die bis dahin beste Veranstaltung wurde in der Stadt Zwettl durchgeführt. Die Ansprechperson Umweltgemeinderat Herbert Grulich ist auch Lehrer an der Landwirtschaftlichen Fachschule am Edelhof und konnte so auch eine Gruppe Schüler beim Vortragsabend begrüßen. Bei den Jugendlichen stieß das Probe fahren des Trikkes auf große Begeisterung. Die Stadt Zwettl ist mittlerweile auch eine Klima- und Energiemodellregion.

Lichtenau



21 Personen besuchten die Abendveranstaltung in der Gemeinde Lichtenau.

St. Valentin



Die Informationsveranstaltung in St. Valentin erreichte aufgrund des Engagements von Bürgermeisterin Kerstin Suchan die zweithöchste Teilnehmerzahl. Für die Besucher zeigte außerdem eine externe Firma die Anwendung von Wärmebildkameras.

Grafenwörth

Die externen Vortragenden von der Energieberatung Niederösterreich verwendeten bei allen Veranstaltungen ähnliche Präsentationen, da diese miteinander kommunizierten und ihre Erfahrungen austauschten. Jeder Referent konnte dann noch seine eigene Note mit einbringen.



Korneuburg



In der Stadt Korneuburg fand, bezogen auf die Einwohnerzahl im Vergleich zur Anzahl der Teilnehmer, leider die schwächste Infoveranstaltung statt. Trotz massiver Bewerbung war es in diesem städtischen Gebiet der Stadtgemeinde nicht möglich einen positiven Einfluss auf die Bevölkerung zu nehmen.

Laxenburg

Die Stadtgemeinde Laxenburg hat eine Erhebung der Energiedaten mittels Fragebögen in Haushalten und Gemeindeobjekten mit Hilfe der Energieagentur der Regionen durchgeführt. Bürgermeister Ing. Robert Dienst nutzte die kostenlose Informationsveranstaltung um die Ergebnisse dieser Erhebung gemeinsam mit



Renate Brandner-Weiß von der Energieagentur der Regionen der Bevölkerung zu präsentieren. Trotz dieses Mehrwerts, der Verlosung eines Fahrrades und einem Buffet kamen nur 29 Teilnehmer zum Vortragsabend. Daraus resultiert die Erkenntnis, dass die Einwohner vor allem im städtischen Bereich teilweise auch mit besonderen Benefits nur schwer zu motivieren sind.

Perchtoldsdorf



Die Stadtgemeinde Perchtoldsdorf will in Zukunft mehr Veranstaltungen zum Thema Energie abhalten und nutzte das Angebot für einen kostenlosen Informationsabend zur Durchführung des 1. Perchtoldsdorfer Energietages. Neben dem gebotenen Vortragsprogramm standen Berater einer Bank und der Umweltberatung für Interessenten Rede und Antwort. Leider wurde dieses Angebot nur sehr zaghafte genutzt.

Kirchberg an der Pielach



Die am besten besuchte Veranstaltung fand in Kirchberg an der Pielach statt, wo neben der Marktgemeinde auch die dortige Leader-Region zur Teilnahme eingeladen hatte. Insgesamt konnten 56 Besucher begrüßt werden.

Baden



Die Bewertungen der Veranstaltungen stehen in direktem Zusammenhang mit den externen Vortragenden, da immer in der Pause nach dem ersten Vortrag die Fragebögen ausgeteilt wurden. Aufgrund der verschiedenen Experten ergaben sich auch

unterschiedlich Bewertungen. Insgesamt beurteilten fast 100 % die Veranstaltungen mit „sehr gut“ oder „gut“.

Scheibbs



Die Erfahrung aus den verschiedenen Veranstaltungen verbesserte zusehends die Präsentationen, da immer wieder neue Ansätze aufgegriffen wurden. So veranschaulichte beispielsweise Bürgermeister Martin Bruckner verschiedene Dämmstärken nicht nur mit Hilfe der entsprechenden Folie, sondern zeigte die Maße auch anhand eines Rollmeters.

Heidenreichstein



Die Abschlussveranstaltung in Heidenreichstein war sehr gut besucht. Bei jedem Vortragsabend wurden die erstellten Folder und andere Informationsbroschüren vom Sonnenplatz Großschönau und der Energieberatung aufgelegt.

Insgesamt besuchten knapp 400 Personen die 15 Abendveranstaltungen in den verschiedenen Gemeinden und nutzten die einmalige Chance sich kostenlose zum Zukunftsthema „Energie“ zu informieren.

2.4 AP 3) Zusammenfassen, aufbereiten und präsentieren der Ergebnisse

Das dritte Arbeitspaket hatte die Auswertung der Fragebögen zum Inhalt. Durch die Auswertung der Ergebnisse erfolgt die Auflistung der 10 größten Motivationsgründe und der 10 größten Hemmnisse im Bezug auf eine mögliche Teilnahme an Weiterbildungsveranstaltungen im Themenbereich energieeffizientes und nachhaltiges Bauen und Sanieren.

2.4.1 Untersuchungsdesign der quantitativen Sozialforschung

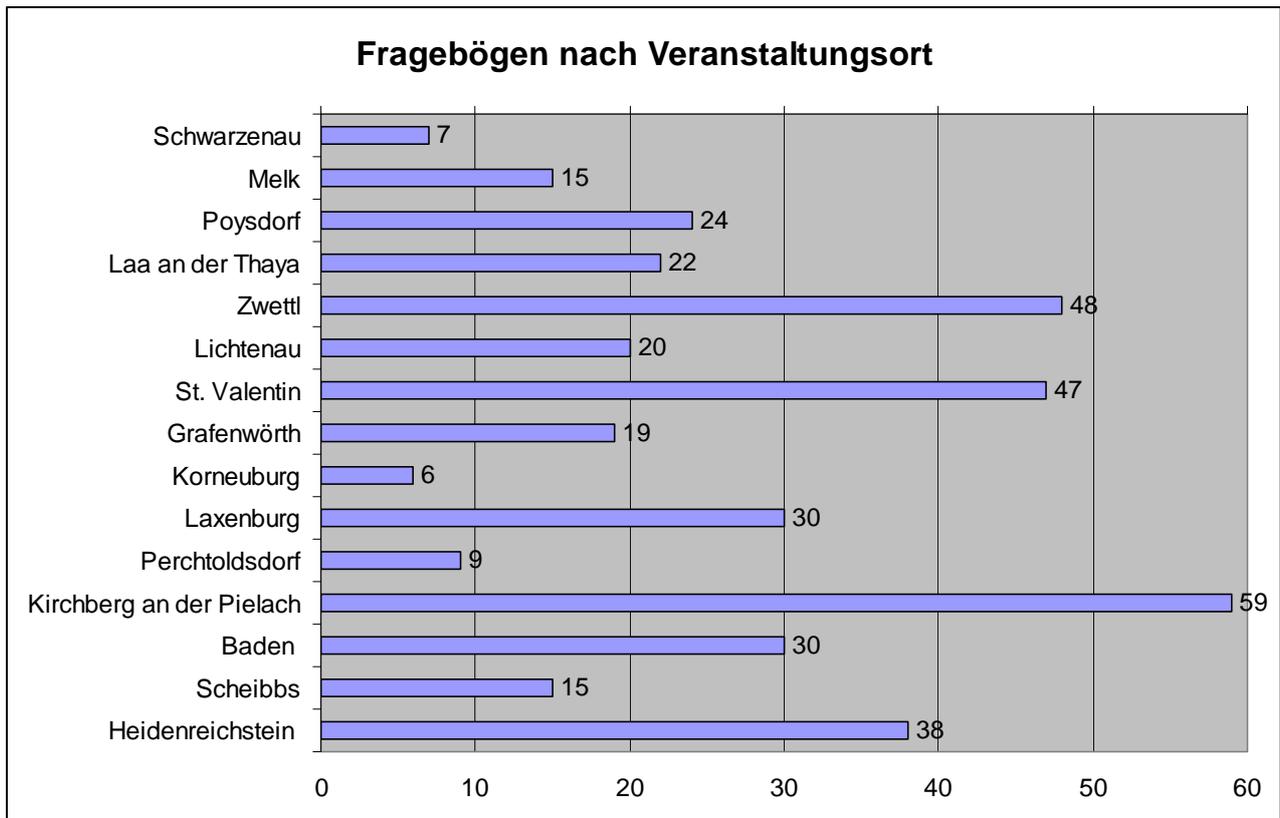
Der Untersuchungszeitraum für die Befragung der Teilnehmer an den Informationsveranstaltungen erstreckte sich von Oktober 2010 bis Jänner 2011. Der Vorlauf hat sich aufgrund schwieriger Terminkoordination verlängert, weshalb der Start mehrmals nach hinten verschoben werden musste.

Im Rahmen der 15 Informationsveranstaltungen in ganz Niederösterreich wurden die Fragebögen an die 391 Besucher ausgeteilt. Insgesamt konnten davon wieder 389 Fragebögen eingesammelt und in der Folge ausgewertet werden. Die Rücklaufquote betrug somit 99,5 %.

2.4.2 Auswertung der Fragebögen

Im folgenden Teilabschnitt werden die Angaben von 389 Teilnehmern in grafischer und beschreibender Form ausgewertet. Die Anzahl der Fragebögen verteilt sich wie folgt auf das Bundesland Niederösterreich:

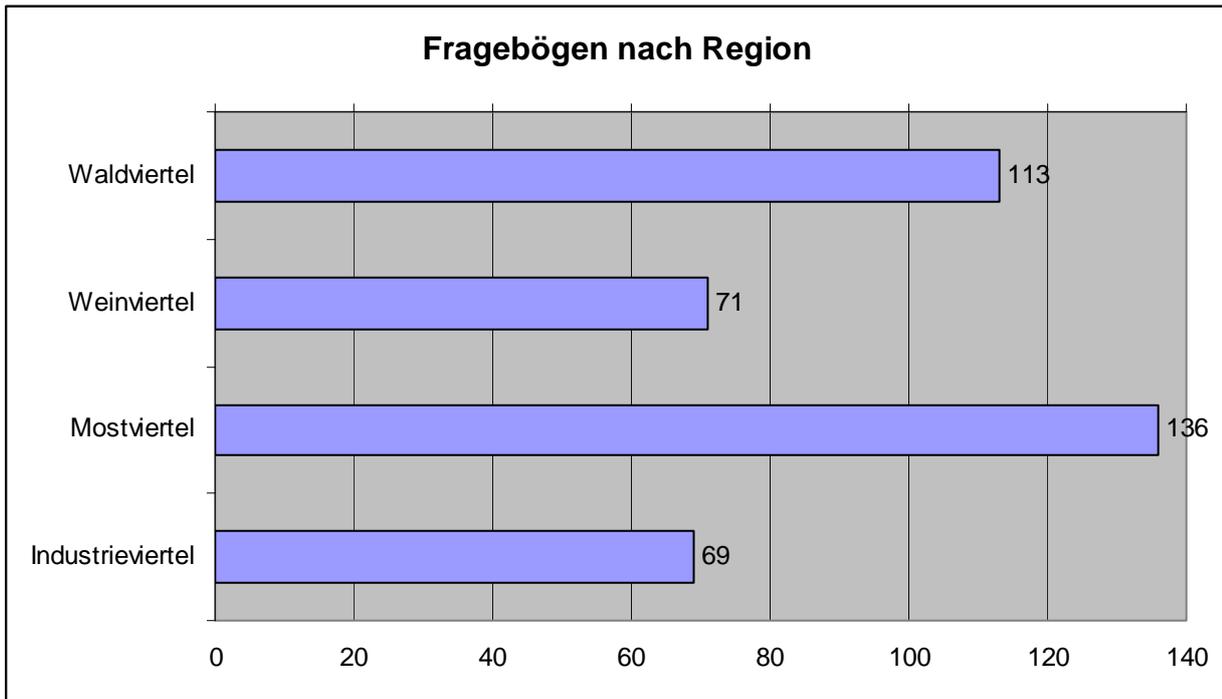
Fragebögen nach Veranstaltungsort



Die meisten Fragebögen (59 Nennungen) wurden bei der am besten besuchten Veranstaltung in Kirchberg an der Pielach ausgefüllt. Am wenigsten Fragebögen kamen in Korneuburg (6 Nennungen) zurück.

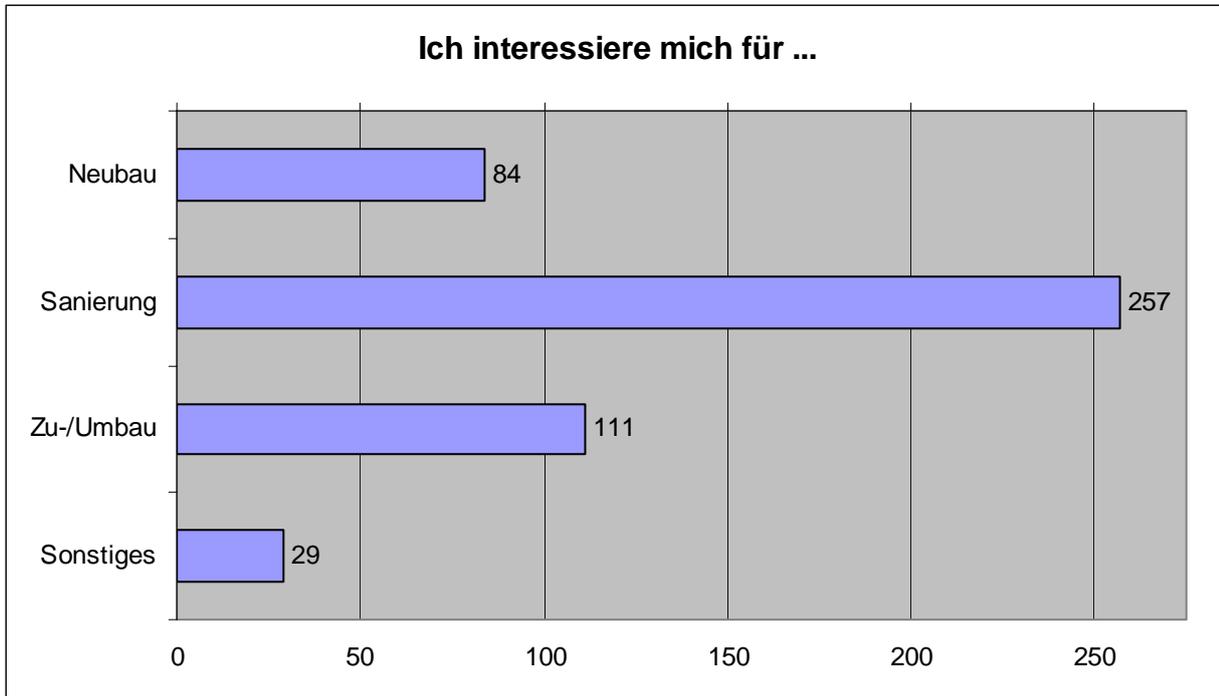
Fragebögen nach Region

Bei der Auswahl der Veranstaltungsorte wurde soweit möglich auf eine ausgeglichene Verteilung auf die vier Landesviertel geachtet. Wie bereits beschrieben, fanden jeweils vier Informationsabende im Waldviertel, Weinviertel und Mostviertel statt. Drei der Veranstaltungsorte zählen zum Industrieviertel. Daher wurden bei den Terminen im Industrieviertel auch am wenigsten Fragebögen ausgefüllt. Trotz vier Veranstaltungen erreichte das Weinviertel nur knapp mehr Besucher. Im Mostviertel fanden die zwei besucherstärksten Veranstaltungen statt, wobei daher insgesamt fast doppelt so viele Teilnehmer befragt werden konnten.



Obwohl die meisten Veranstaltungen in Stadtgemeinden abgehalten wurden, kann anhand der regionalen Verteilung davon ausgegangen werden, dass die Teilnehmer überwiegend zur ländlichen Bevölkerung zu zählen sind. Die Veranstaltungen in der Nähe der Ballungszentren, vor allem Korneuburg, Laxenburg, Perchtoldsdorf und Baden, bilden einen kleineren Prozentsatz am Gesamtergebnis, wodurch städtische Bewohner einen niedrigeren Anteil am Ergebnis haben.

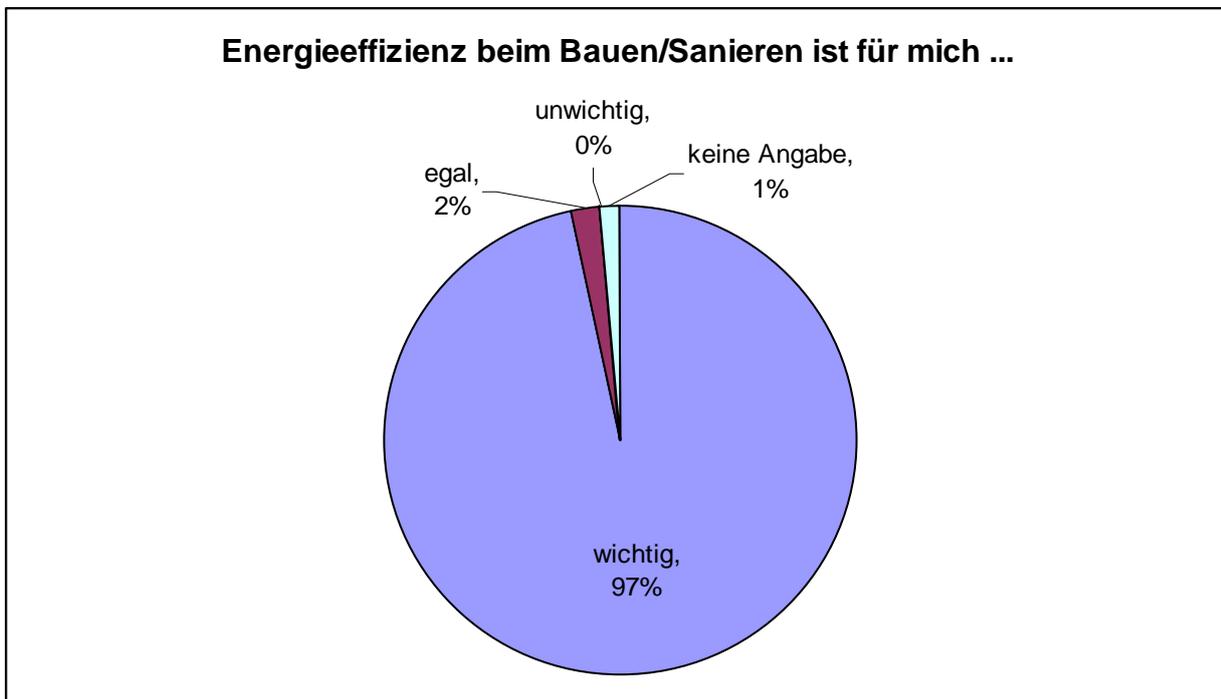
Der Fragebogen beinhaltete insgesamt 30 offene Fragen, die aufgrund der Multiple-Choice-Form jeweils auch Mehrfachnennungen ermöglichten. Weiters gab es neben den vorgeschlagenen Antwortmöglichkeiten auch immer die Option „Sonstiges“ mit ausreichend Platz für Ergänzungen. Bei der Frage „Wie wirken sich die folgenden Punkte für Sie auf eine mögliche Teilnahme an Kursen oder Informationsveranstaltungen aus?“ war eine Bewertung in vier Stufen von „sehr positiv“ bis „sehr negativ“ zu zehn Themenpunkten gefordert. Aus dieser Benotung konnten die größten zehn Hemmnisse und Motivationsgründe für den Besuch von Informationsveranstaltungen eruiert werden. Diese Auswertung befindet sich am Ende dieses Kapitels (siehe 2.4.3, S. 58 ff).

Frage 1:**Ich interessiere mich für ...**

Mit der ersten Frage wurde gleich vorweg das generelle Interesse der Teilnehmer an den Informationsveranstaltungen abgefragt. Die überwiegende Mehrheit (257 Nennungen) interessiert sich in erster Linie für eine Sanierung. Dagegen wirken die Anteile für einen Zu-/Umbau (111 Nennungen) und einen Neubau (84 Nennungen) sehr gering. Immerhin gaben dreimal so viele Personen an, eine Sanierung zu planen als einen Neubau errichten zu wollen. Daraus lässt sich gleich erkennen, dass die zu den Informationsabenden gekommenen Besucher eher ältere Personen, bei denen Sanierungen der bestehenden Häuser anstehen, waren. Als sonstige Interessen wurden überwiegend angegeben: Heizung, allgemeines Interesse, Energieeinsparungen, Solar und Photovoltaik.

Frage 2:

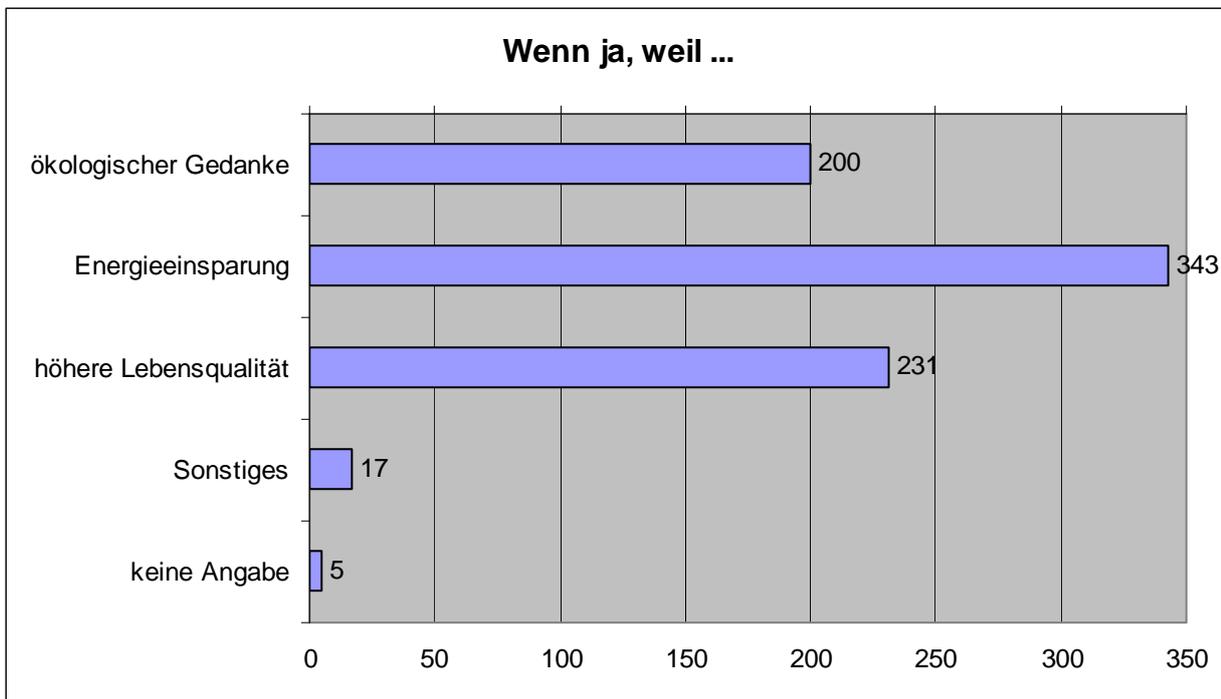
Energieeffizienz beim Bauen/Sanieren ist für mich...



Auf die Frage, wie wichtig Energieeffizienz beim Bauen oder Sanieren für die Besucher ist, bescheinigten 97 % der Energieeffizienz einen hohen Stellenwert. Lediglich 2 % scheint diese egal zu sein. Keiner der Befragten kreuzte die Antwortmöglichkeit „unwichtig“ an. Daraus ist ersichtlich, dass sich bereits viele Personen mit dem Thema Energie beschäftigen, weil sie dessen Bedeutung erkannt haben.

Frage 2a:

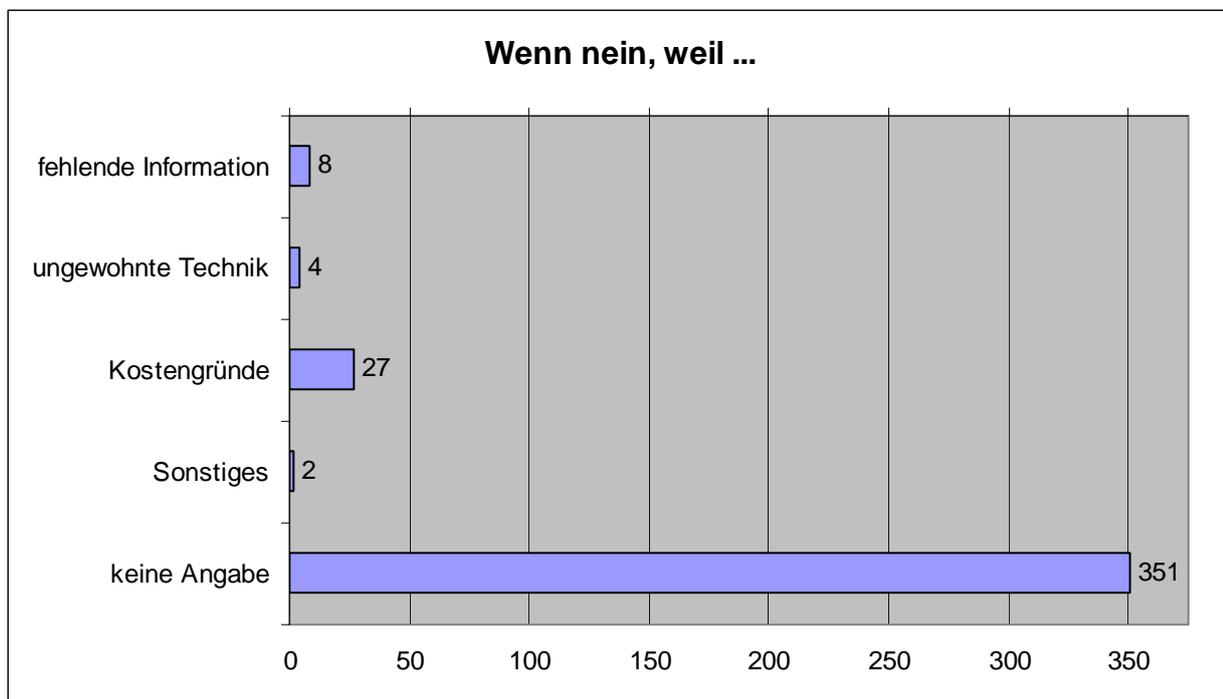
Wenn ja, weil ...



Die Teilnehmer waren sich einig, dass vor allem die Energieeinsparung für die Umsetzung der Energieeffizienz spricht. Auch die Argumente der höheren Lebensqualität und der ökologische Gedanke werden mit gesteigerter Energieeffizienz in Verbindung gebracht. Unter den sonstigen Nennungen wurden vor allem die Kosteneinsparung und die Nachhaltigkeit vorgebracht. Weitere Argumente sind die Wertsteigerung, die Unabhängigkeit, der Komfort und die CO₂-Einsparungen.

Frage 2b:

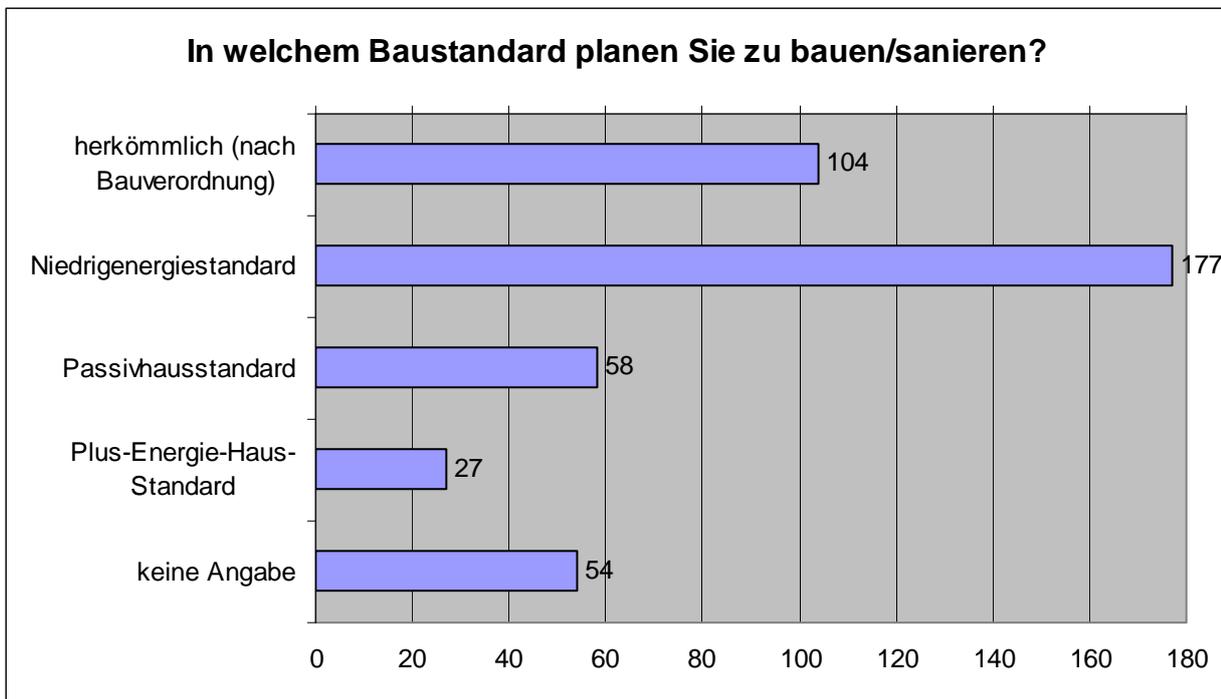
Wenn nein, weil ...



Einige Besucher haben auch diese Frage beantwortet, obwohl sie bei Frage 2 mit „ja“ geantwortet hatten. Vermutlich wollten diese Personen trotzdem ihre Zweifel aufgrund des immer wiederkehrenden Vorurteils der Kostengründe ausdrücken.

Frage 3:

In welchem Baustandard planen Sie zu bauen/sanieren?



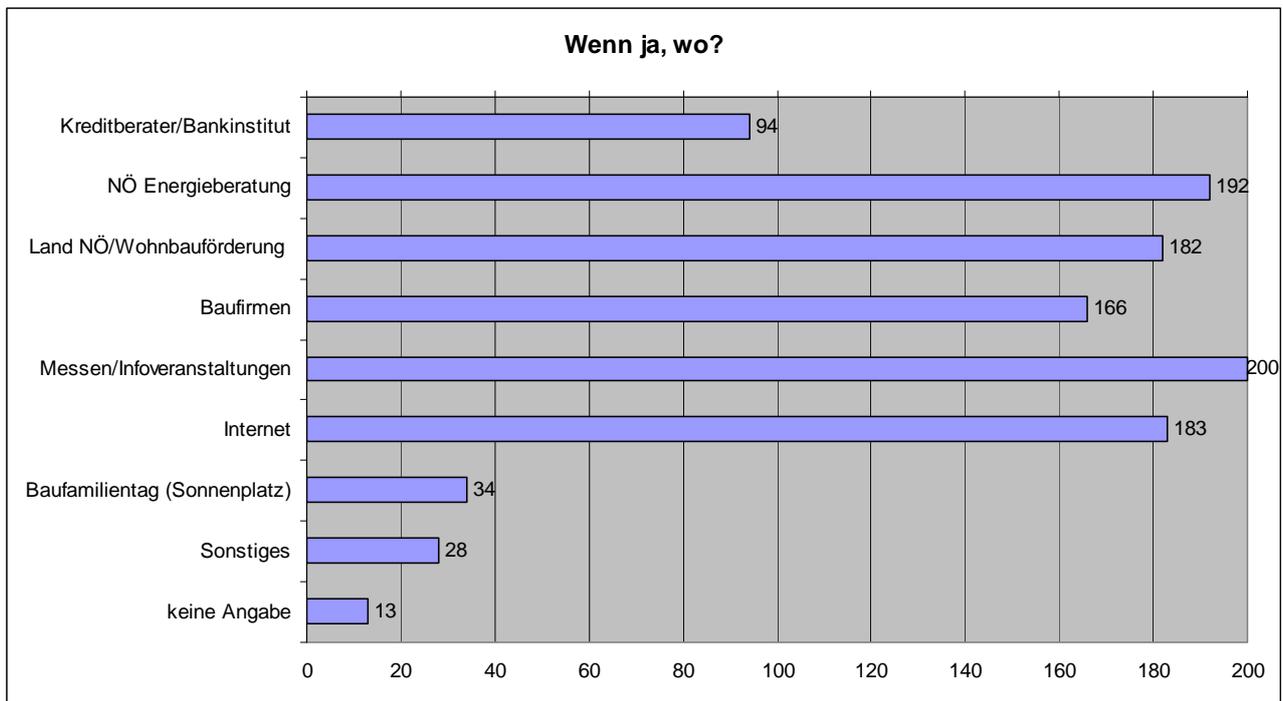
Aufgrund der Mehrfachnennungen konnten die Probanden bei dieser Frage auch mehrere Tendenzen angeben. Die Mehrheit (177 Nennungen) plant im Niedrigenergiestandard zu bauen oder sanieren. 104 Mal wurde eine Sanierung auf das oft als „herkömmlich“ bezeichnete Niveau der Bauverordnung angestrebt. Knapp ein Sechstel der Angaben (58 Nennungen) entfiel auf das Passivhaus. Immerhin 27 Personen sprachen sich bereits für ein Plus-Energie-Haus aus.

Frage 4:

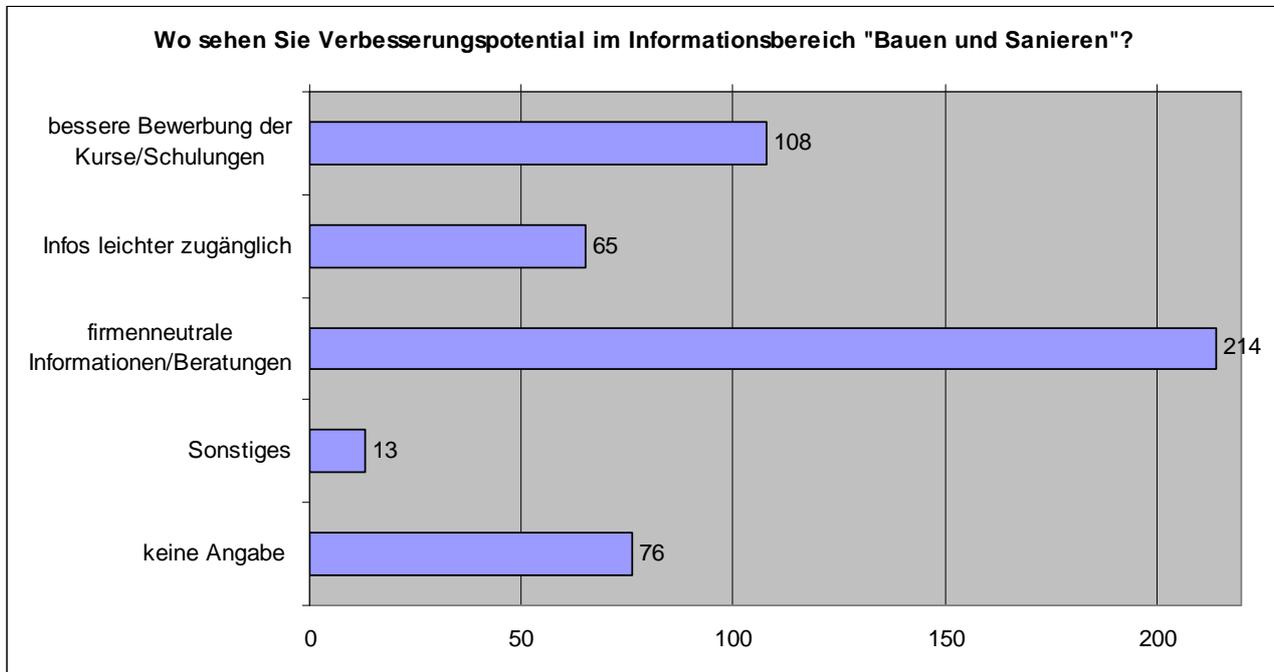
Informieren Sie sich selbst im Zusammenhang mit ihrem Bau- / Sanierungsvorhaben?



94 % der Befragten gaben an selbst nach Informationen zu ihrem Bau- oder Sanierungsvorhaben zu suchen. Lediglich 2 % tun dies nicht. Die sehr hohe Quote derer, die selbst aktiv werden, um sich das benötigte Wissen zu beschaffen, zeigt einen hohen Grad an Eigeninitiative und Selbstbestimmung an. Kann aber auch andeuten, dass die Informationen erst gesucht werden müssen und für die Suchenden nicht abrufbar bereit liegen.

Frage 4a:**Wenn ja, wo?**

Die Möglichkeiten zur Informationssuche sind vielfältig und oftmals stehen Suchende einer Welle an ungefilterten Informationen gegenüber. Über die Hälfte der Befragten informiert sich auf Messen und bei Informationsveranstaltungen. Hohes Ansehen genießen die Niederösterreichische Energieberatung (192 Nennungen) sowie das Land Niederösterreich mit der Wohnbauförderung (182 Nennungen). Vermutlich aufgrund der einfachen Abrufbarkeit von Informationen steht auch das Internet mit 183 Nennungen hoch im Kurs. Immerhin noch 166 Personen holen sich ihre benötigten Informationen direkt bei Baufirmen ab. Dagegen nur 94 Nennungen entfallen auf die Kreditberater oder Bankinstitute. Beim Baufamilientag am Sonnenplatz Großschönau haben sich immerhin 34 Personen informiert, obwohl Frage 17 zeigen wird, dass rund 20 % den Sonnenplatz Großschönau noch nicht kannten. Unter den 28 Nennungen für Sonstiges waren folgende Angaben zu finden: NÖ Gestaltungsakademie (3), Fachliteratur in Form von Büchern (3), Freunde oder Bekannte (3), Umweltberatung (2) und BIOEM (2). Jeweils einmal wurden die Gemeinde, die EVN, Broschüren und Bauforen im Internet genannt. Am häufigsten wurden Berufsgruppen aus dem Baugewerbe angegeben (z.B. Planer, Architekt, Baumeister oder Installateur).

Frage 5:**Wo sehen Sie Verbesserungspotential im Informationsbereich "Bauen und Sanieren"?**

Die überwiegende Mehrheit der Befragten (214 Nennungen) sehnt sich nach firmenneutralen Informationen und Beratungen. Lediglich knapp die Hälfte davon (108 Nennungen) sieht Verbesserungspotential in der besseren Bewerbung der angebotenen Kurse und Schulungen. 65 Personen würden sich wünschen, dass die Informationen leichter zugänglich gemacht werden. Weitere Vorschläge wurden unter dem Punkt „Sonstiges“ angegeben: Trennung zwischen Werbung und Information, verständlichere Informationen, mehr Information über ökologische Baustoffe und zielgerichtete Information verstärken. Ein sehr großer Anteil (76 Personen) enthielt sich bei dieser Frage der Stimme.

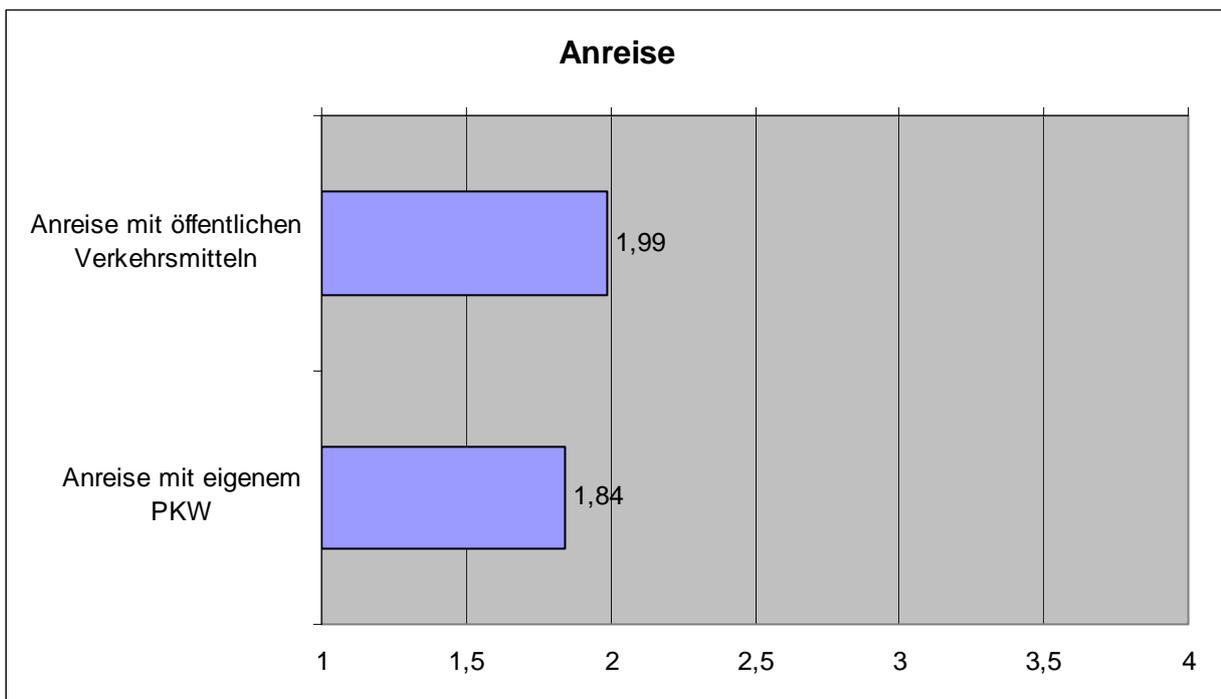
Frage 6:

Wie wirken sich die folgenden Punkte für Sie auf eine mögliche Teilnahme an Kursen oder Informationsveranstaltungen aus?

Bei dieser Frage war eine Bewertung in vier Stufen von „sehr positiv“ (1) bis „sehr negativ“ (4) zu zehn Themenpunkten gefordert. Aus diesen Benotungen wurden im Folgenden die Durchschnittswerte ermittelt, die somit die Gesamtnote für den entsprechenden Punkt darstellen.

Frage 6a:

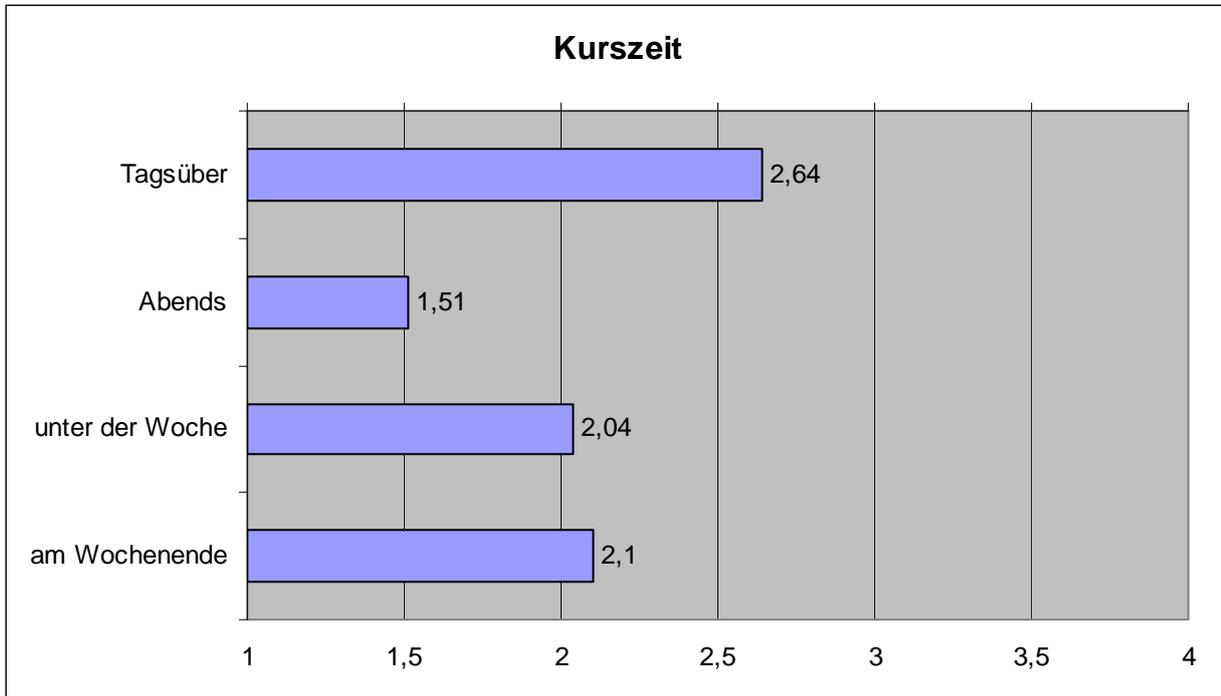
Anreise



Die verschiedenen Möglichkeiten der Anreise haben laut der Befragung einen geringen Effekt auf die Teilnahme an Kursen oder Informationsveranstaltungen.

Frage 6b:

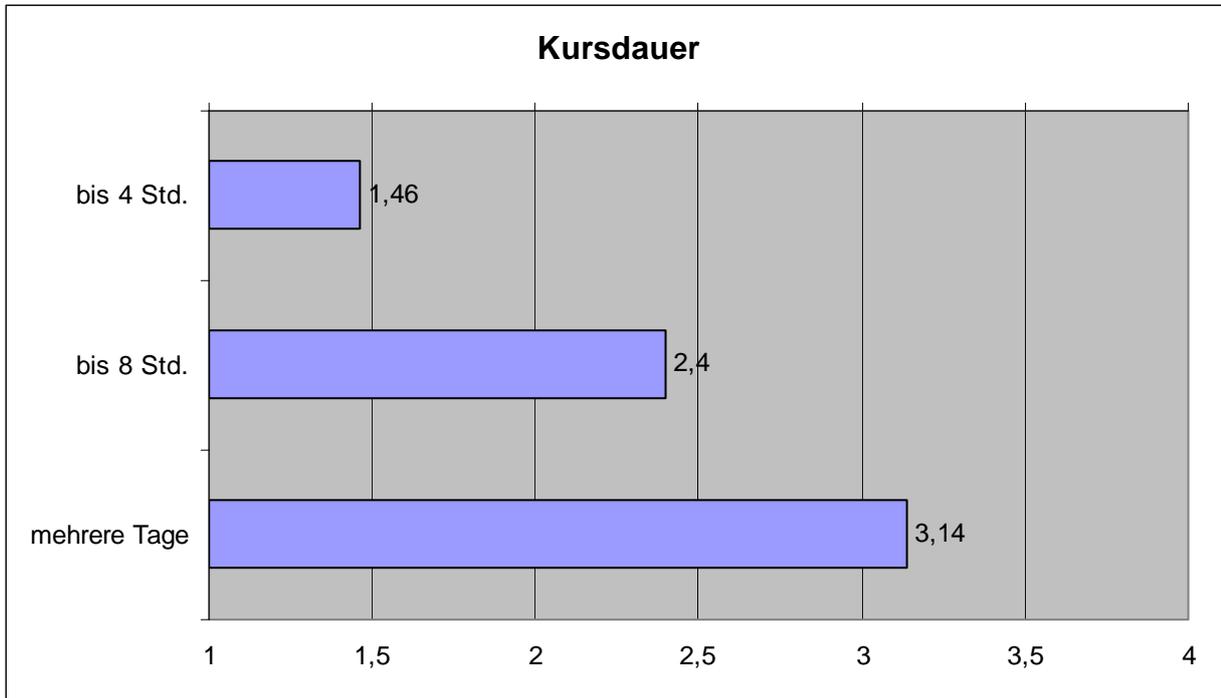
Kurszeit



Bei der Kurszeit gehen die Meinungen stark auseinander. Eindeutig erkennbar ist, dass Weiterbildungsangebote, die tagsüber angeboten werden, auf Ablehnung stoßen, während Kurszeiten abends als eher positiv bewertet werden. Beim Zeitraum geht eine leichte Tendenz eher in Richtung unter der Woche als am Wochenende. Dabei ergab sich allerdings kein klar ablesbares Ergebnis.

Frage 6c:

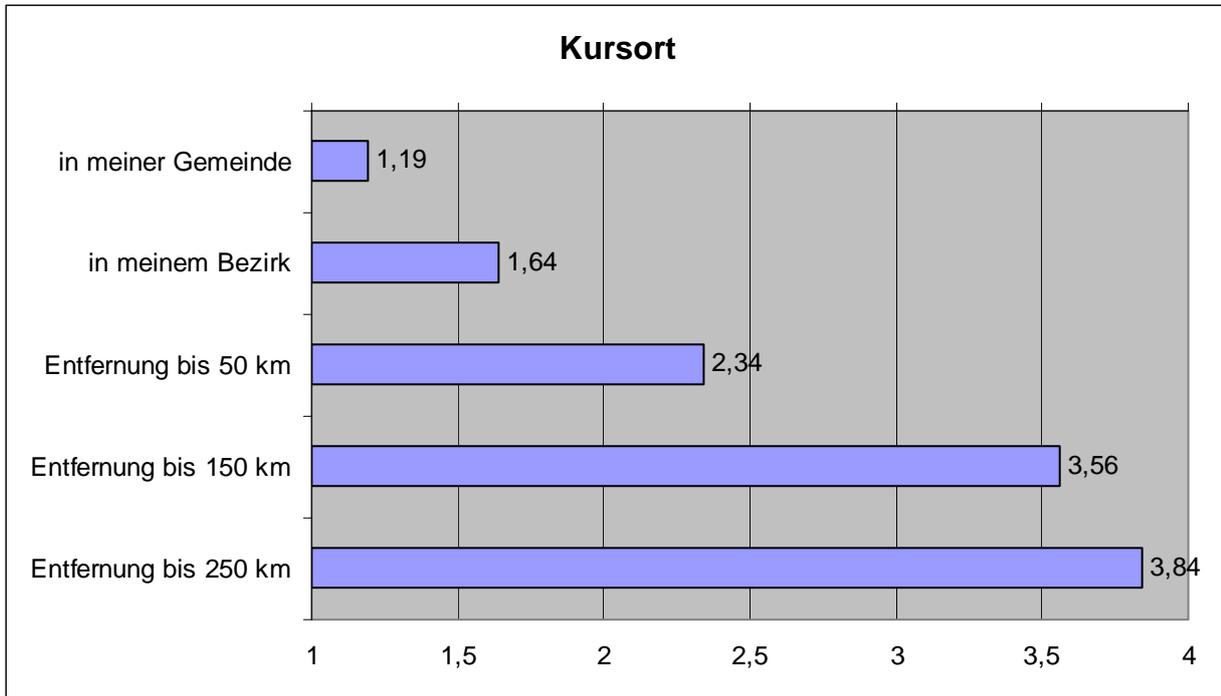
Kursdauer



Die Bewertung der Kursdauer zeigt eindeutig, dass kürzere Weiterbildungsangebote besser von den potentiellen Teilnehmern angenommen werden. Das ideale Angebot dürfte maximal einen halben Tag mit 4 Stunden dauern. Eine Kursdauer von einem ganzen Tag oder gar mehreren Tagen wird von den Probanden als sehr schlecht bewertet.

Frage 6d:

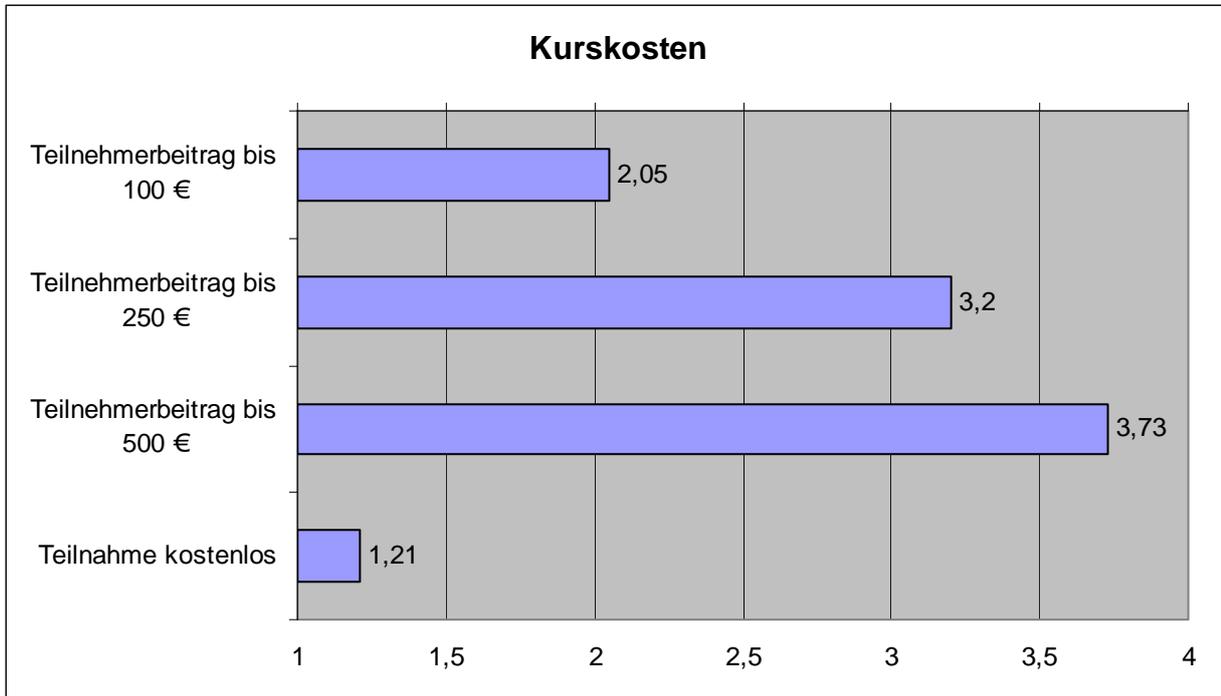
Kursort



Für eine Informationsveranstaltung wären die Befragten noch bereit bis zu 50 Kilometer in Kauf zu nehmen. Wünschenswert sind allerdings Angebot im eigenen Bezirk und idealerweise in der eigenen Gemeinde. Entfernungen über 50 Kilometer werden als unzumutbar bewertet.

Frage 6e:

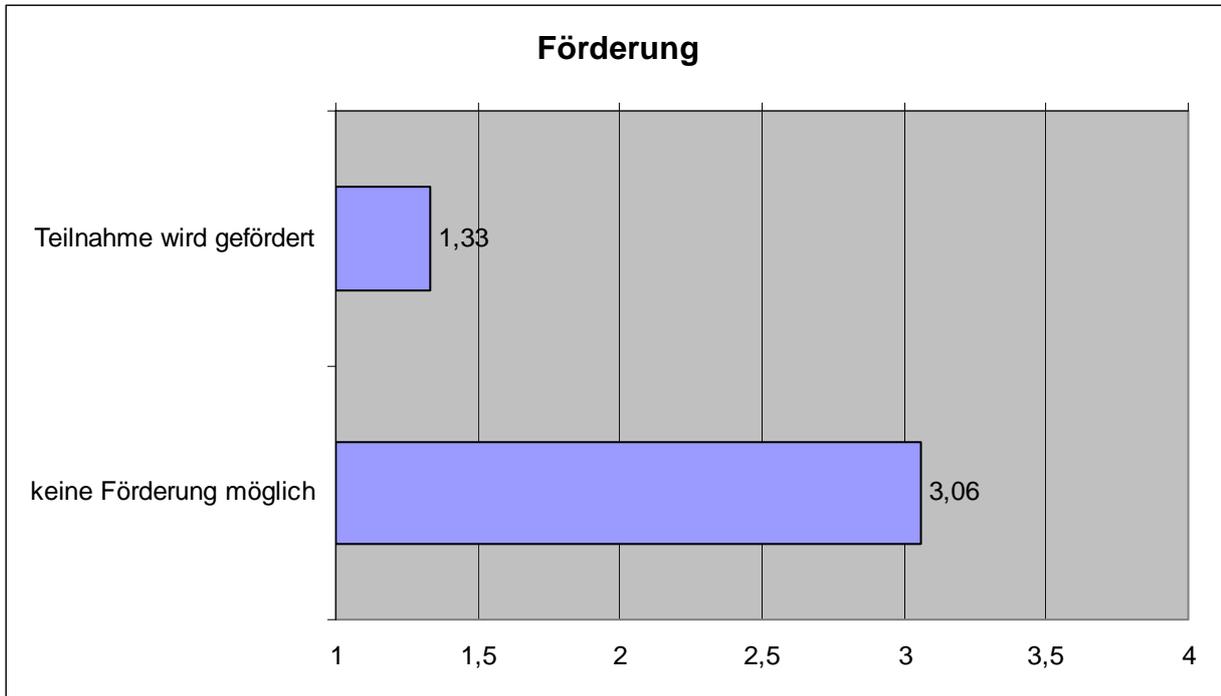
Kurskosten (pro Kurskosten)



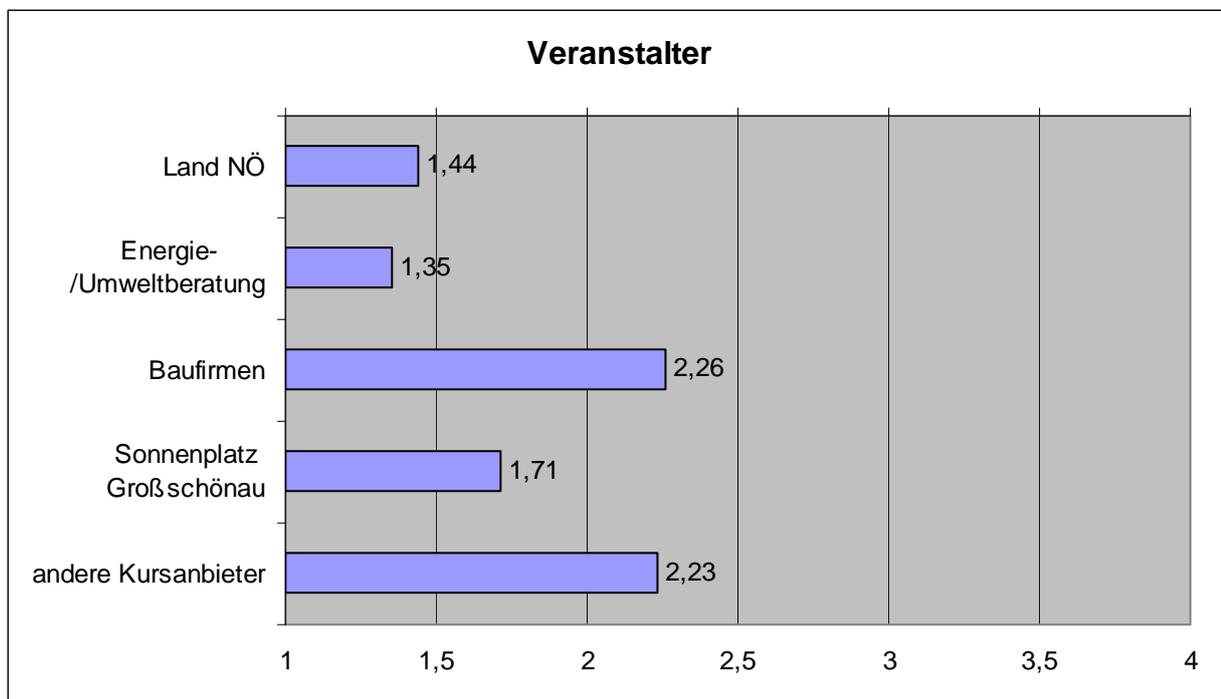
Die Bewertung der Kurskosten zeigt, dass die Befragten bereit wären bis zu 100 € Teilnehmerbeitrag in Kauf zu nehmen. Höhere Preise stoßen weitestgehend auf Ablehnung. Eine kostenlose Teilnahme bewertet natürlich die Mehrheit als sehr gut.

Frage 6f:

Förderung



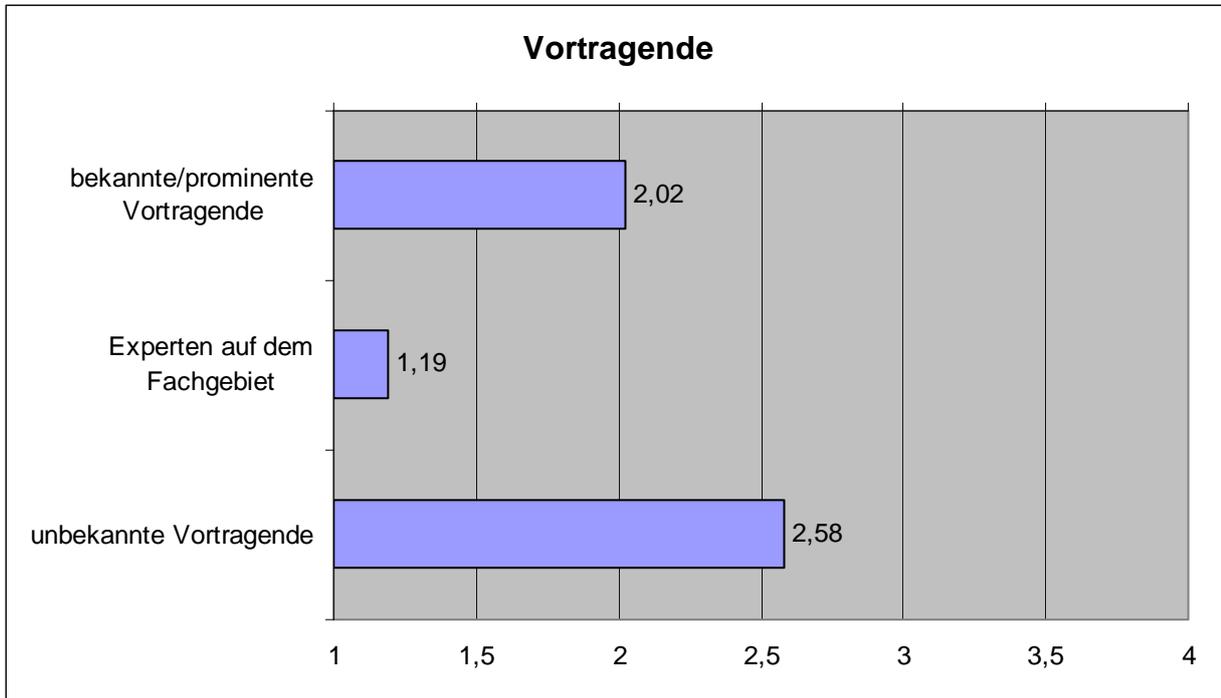
Mit der vorgehenden Frage der Kosten korreliert auch das Ergebnis im Bezug auf die Inanspruchnahme von Förderungen. Sofern eine Förderung für die Teilnahme möglich ist, wirkt sich diese Vergünstigung in jedem Fall positiv auf eine Teilnahme an Weiterbildungsangeboten aus. Sollte keine Förderung möglich sind, wird diese Tatsache als sehr negativ für einen Kursbesuch empfunden.

Frage 6g:**Veranstalter**

Als Veranstalter von Weiterbildungsangeboten werden Anbieter von firmenneutralen Informationen, wie der Energie- und Umweltberatung, dem Land Niederösterreich oder dem Sonnenplatz Großschönau, bevorzugt. Für Baufirmen fällt die Bewertung nur mehr „eher positiv“ aus, da Teilnehmer hier oft befürchten nur etwas verkauft zu bekommen. Andere Kursanbieter werden, vermutlich aufgrund fehlender Referenzen, ebenfalls schlechter bewertet.

Frage 6h:

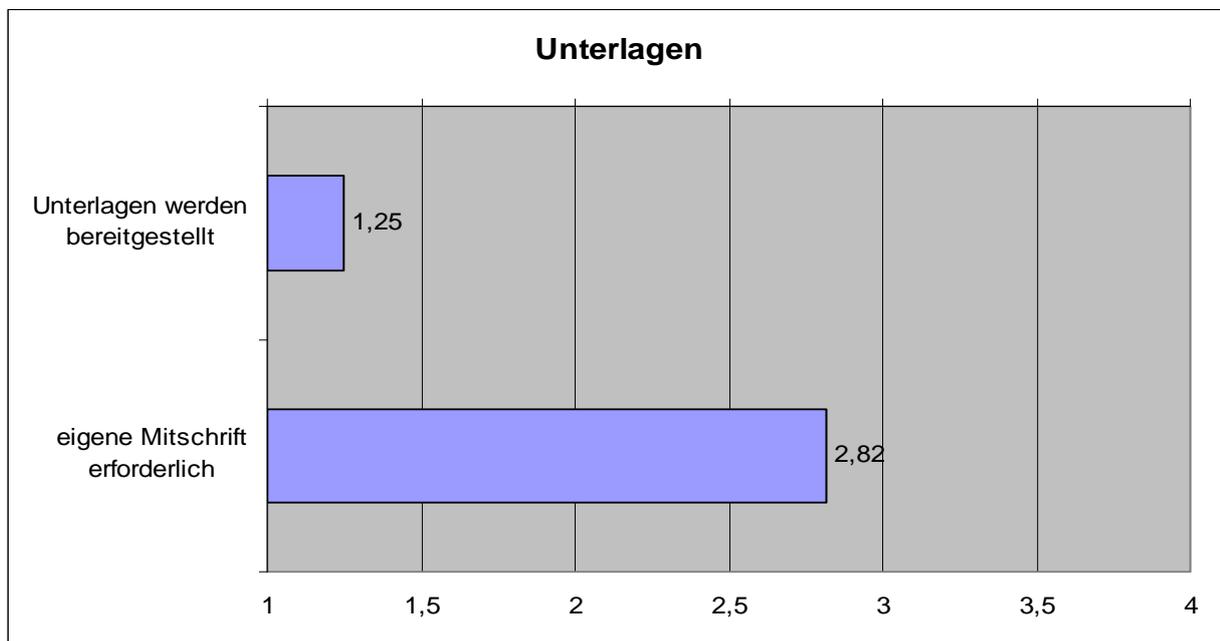
Vortragende



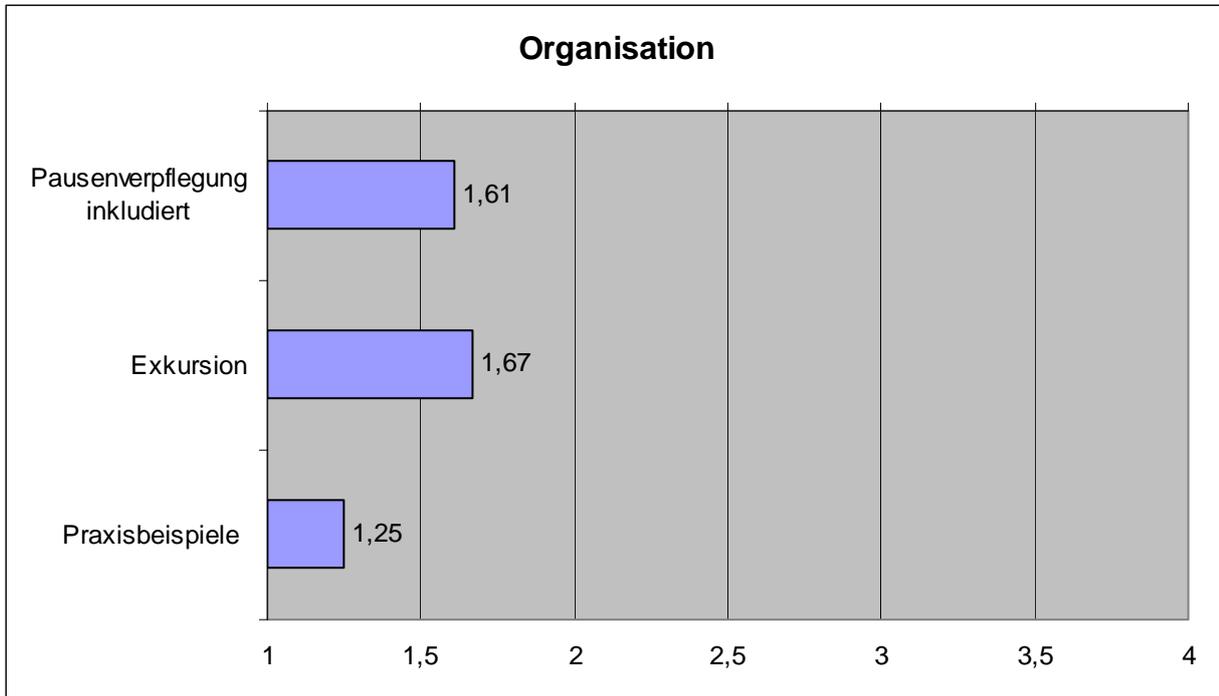
Die fehlende Bekanntheit wirkt sich auch bei den möglichen Vortragenden negativ aus. Als Referenten werden eindeutig Experten aus dem jeweiligen Fachgebiet befürwortet. Bekannte beziehungsweise prominente Vortragende werden tendenzielle positiver bewertet als unbekannte Vortragende.

Frage 6i:

Unterlagen



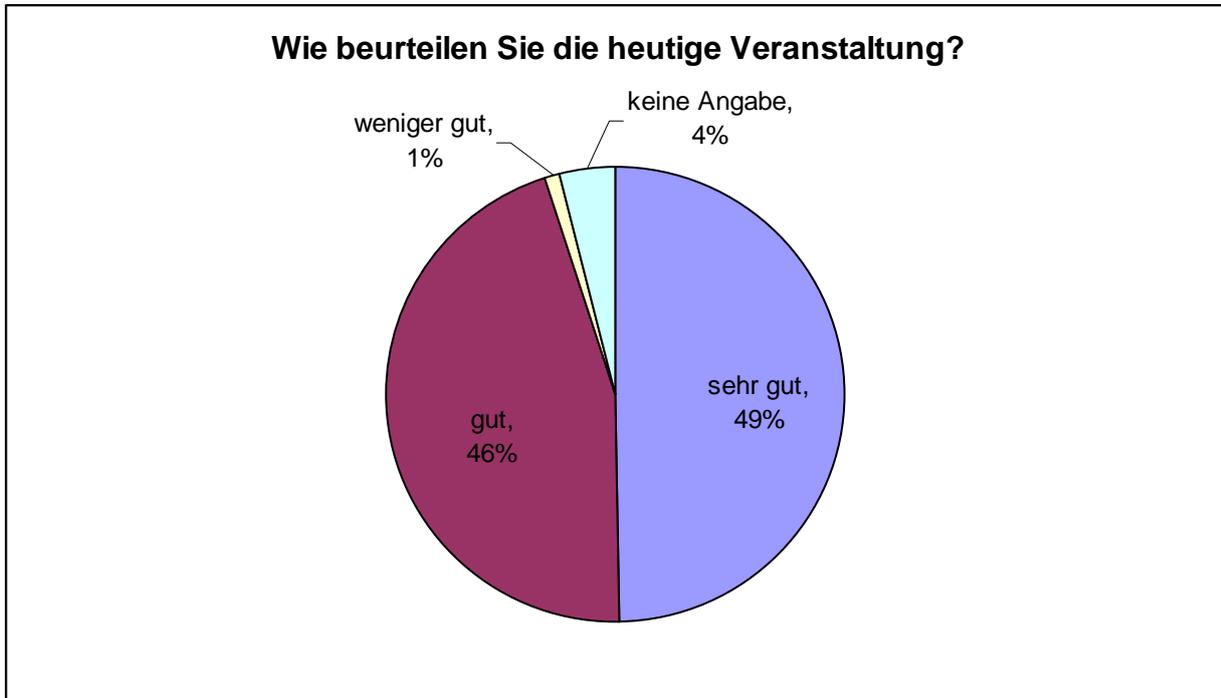
Im Zusammenhang mit den Kursunterlagen sprechen sich fast alle Probanden dafür aus, dass die Unterlagen vom Veranstalter bereitgestellt werden sollen. Sollte eine eigene Mitschrift erforderlich sein und es keine anderen Unterlagen geben, empfinden das viele Befragte eher als negativ.

Frage 6j:**Organisation**

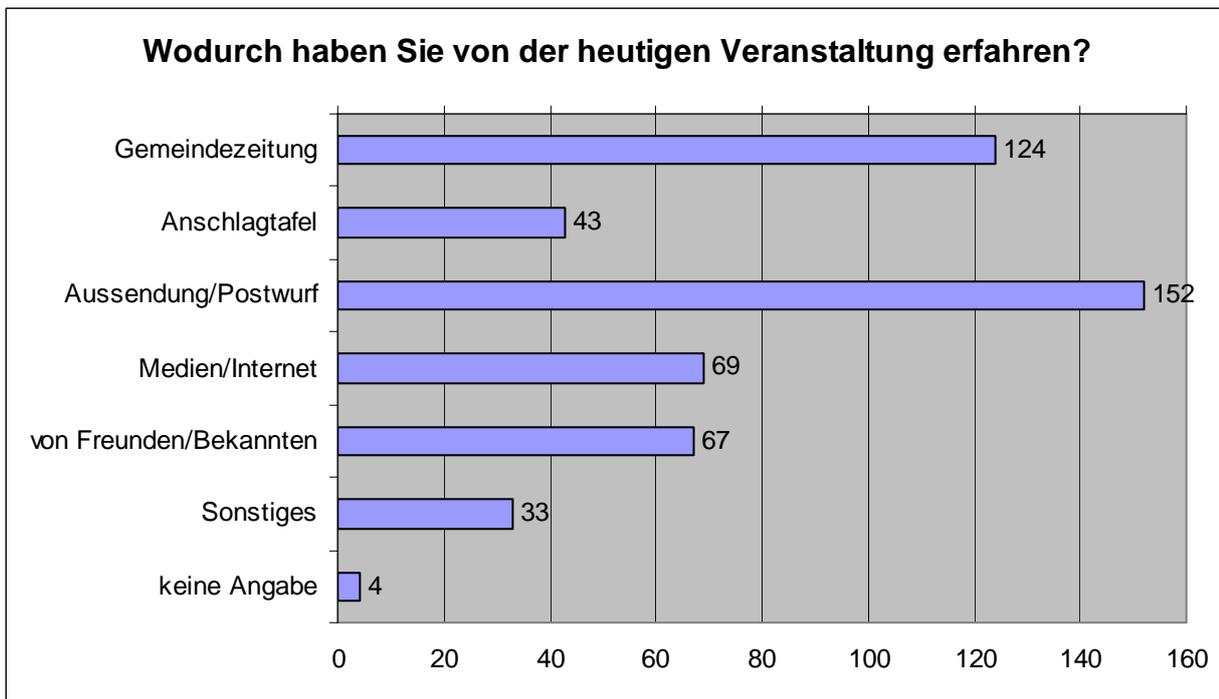
Von Seiten der Organisation sind Praxisbeispiele unverzichtbar. Angebotene Pausenverpflegung wird vom Großteil der Befragten gerne angenommen. Auch Exkursionen sieht der Großteil positiv, wobei es hier auch einige negative Bewertungen gab.

Frage 7:

Wie beurteilen Sie die heutige Veranstaltung?



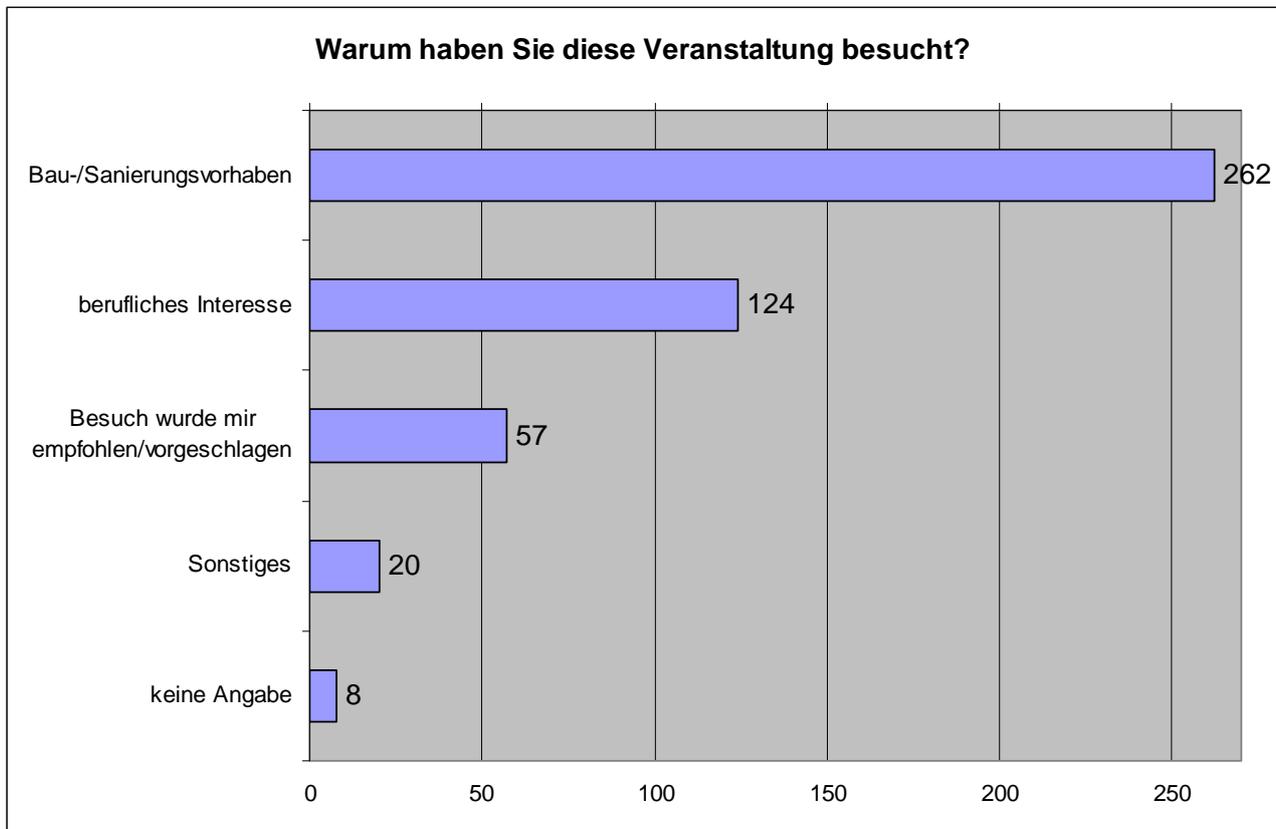
Die Hälfte (49 %) der Teilnehmer an den 15 Informationsveranstaltungen bewertete die Veranstaltung in der Pause zwischen den beiden Vorträgen bereits als „sehr gut“. Knapp weniger (46 %) empfanden die Veranstaltung als „gut“. Nur 1 % der Befragten benotete mit „weniger gut“. Jeweils zwei negative Wertungen wurden an zwei Abenden abgegeben. Am ersten Abend war für den geplanten Referenten von der Energieberatung ein weniger erfahrener Ersatz eingesprungen, was möglicherweise mit dem Feedback zusammenhängen könnte.

Frage 8:**Wodurch haben Sie von der heutigen Veranstaltung erfahren?**

Als besonders effektiv bei der Bewerbung von Informationsveranstaltungen in Kooperation mit Gemeinden hat sich eine Aussendung beziehungsweise ein Postwurf (152 Nennungen) herausgestellt. Annähernd gleich erfolgreich war die Veröffentlichung in den jeweiligen Gemeindezeitungen mit 124 Nennungen. Lediglich die Hälfte (69 Nennungen) wurde durch Medien oder das Internet informiert. Fast gleich viele Personen erfuhren von Freunden oder Bekannten von den Veranstaltungen. Die zur Verfügung gestellten Plakate erreichten über Anschlagtafeln nur mehr 43 Personen. Immerhin 33 Nennungen entfielen auf den Punkt „Sonstiges“. Die folgenden Informationsquellen wurden absteigend sortiert nach ihrer Häufigkeit angegeben: persönliche Einladung, Schule, Arbeit, Email, Einladung über Leader und die Gemeinde.

Frage 9:

Warum haben Sie diese Veranstaltung besucht?

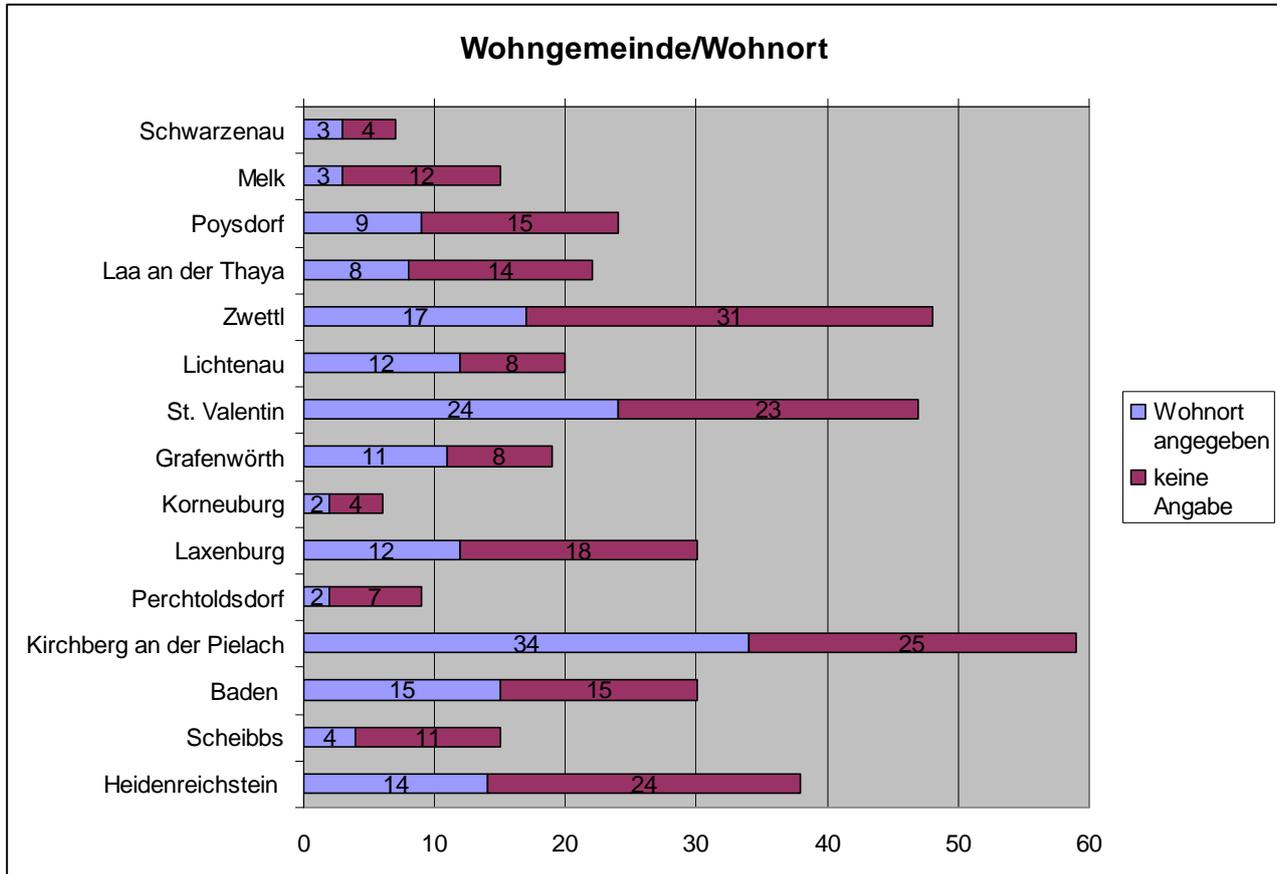


Über die Hälfte der Teilnehmer (262 Nennungen) besuchte die Informationsveranstaltung aufgrund eines geplanten Bau- oder Sanierungsvorhabens. Berufliches Interesse führte immerhin über ein Viertel (124 Nennungen) zum Vortragsabend. Einem Achtel (57 Nennungen) der Besucher wurde die Teilnahme empfohlen oder vorgeschlagen. Aus sonstigen Gründen kamen 20 Personen, wobei das persönliche Interesse am Thema hier am häufigsten genannt wurde.

Im folgenden Teil werden die statistischen Daten des Fragebogens ausgewertet.

Frage 10:

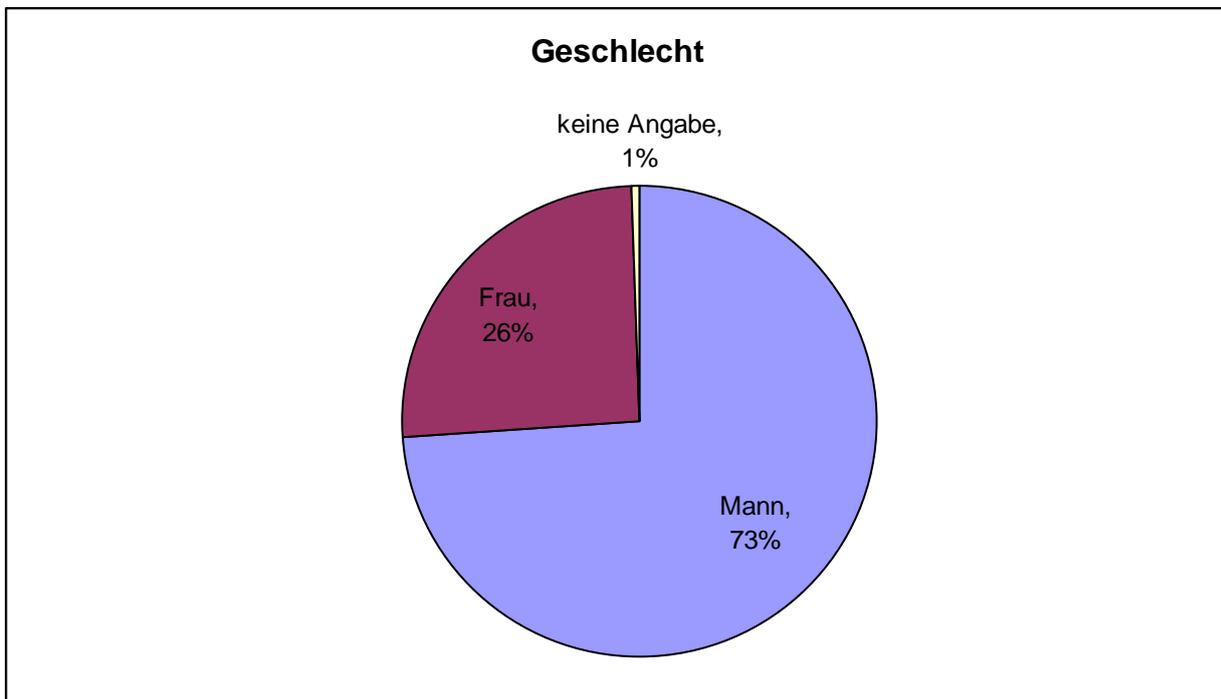
Wohngemeinde/Wohnort



Bei der Frage nach der Wohngemeinde beziehungsweise dem Wohnort haben nur rund 44 % der Befragten einen Ort angegeben. Die Bereitschaft für die Angabe des Wohnortes war in den verschiedenen Veranstaltungsorten sehr unterschiedlich. In Kirchberg an der Pielach haben überdurchschnittlich und in Melk unterdurchschnittlich viele Personen ihren Wohnort angegeben.

Frage 11:

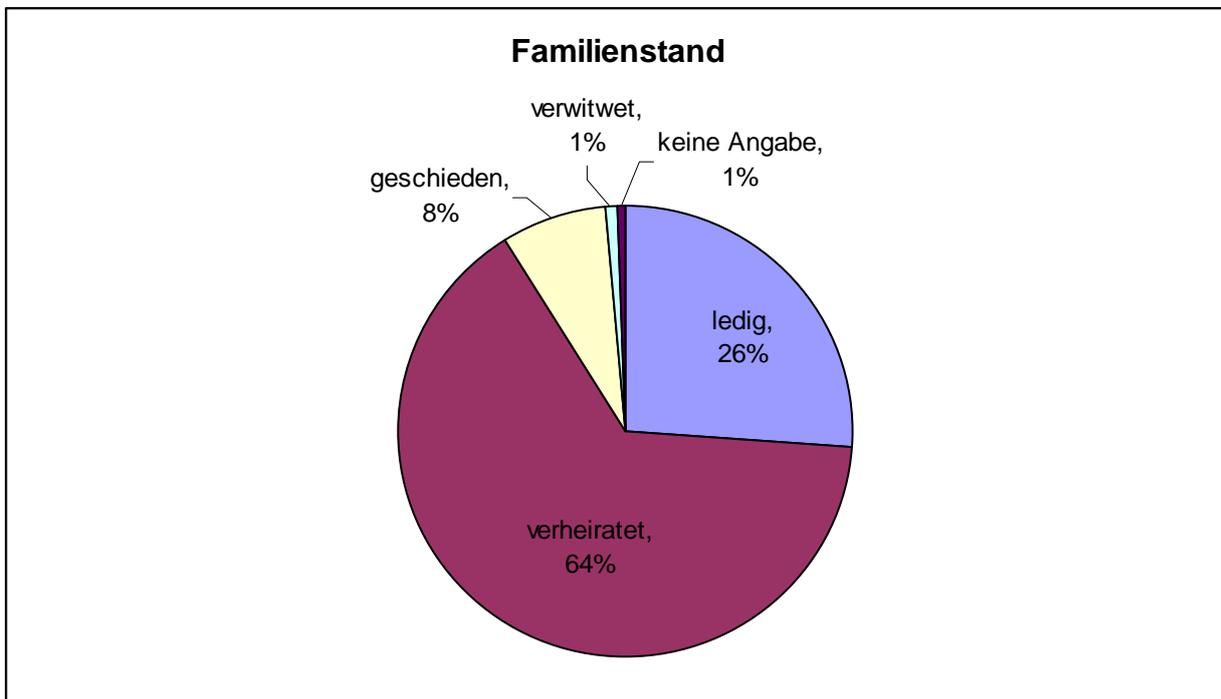
Geschlecht



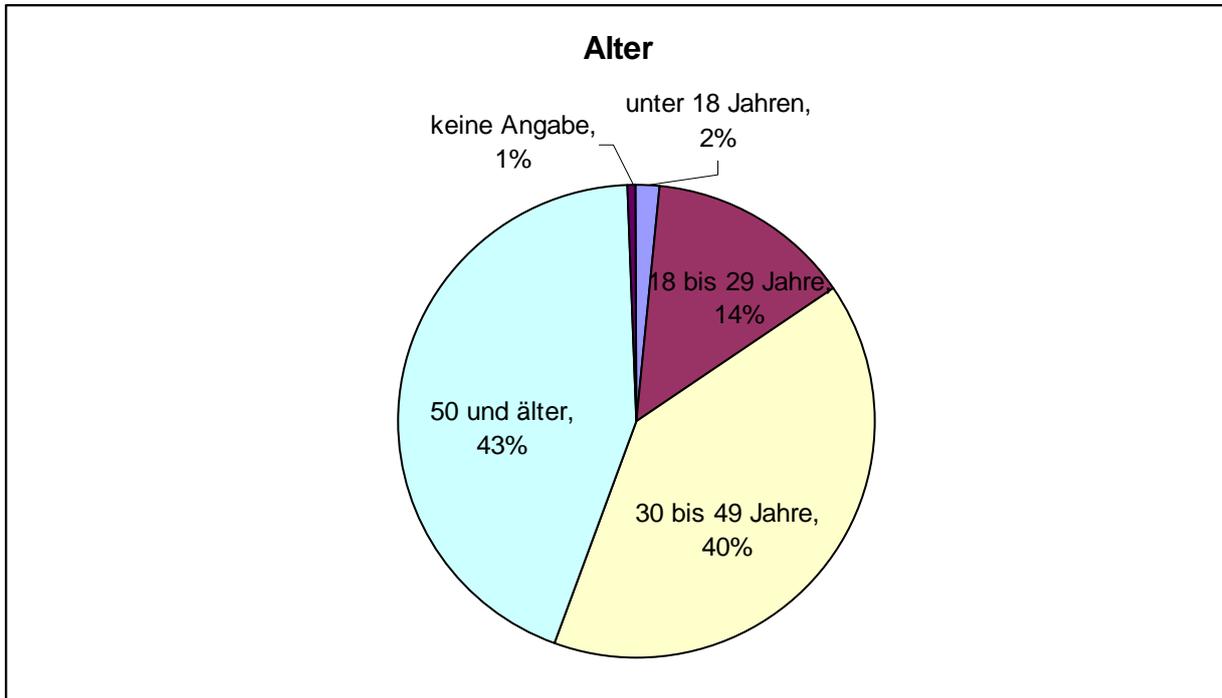
Das Geschlechterverhältnis der Teilnehmer ergibt eine klare Mehrheit der Männer. Die Informationsveranstaltungen wurden von drei Viertel männlichen und einem Viertel weiblicher Gäste besucht.

Frage 12:

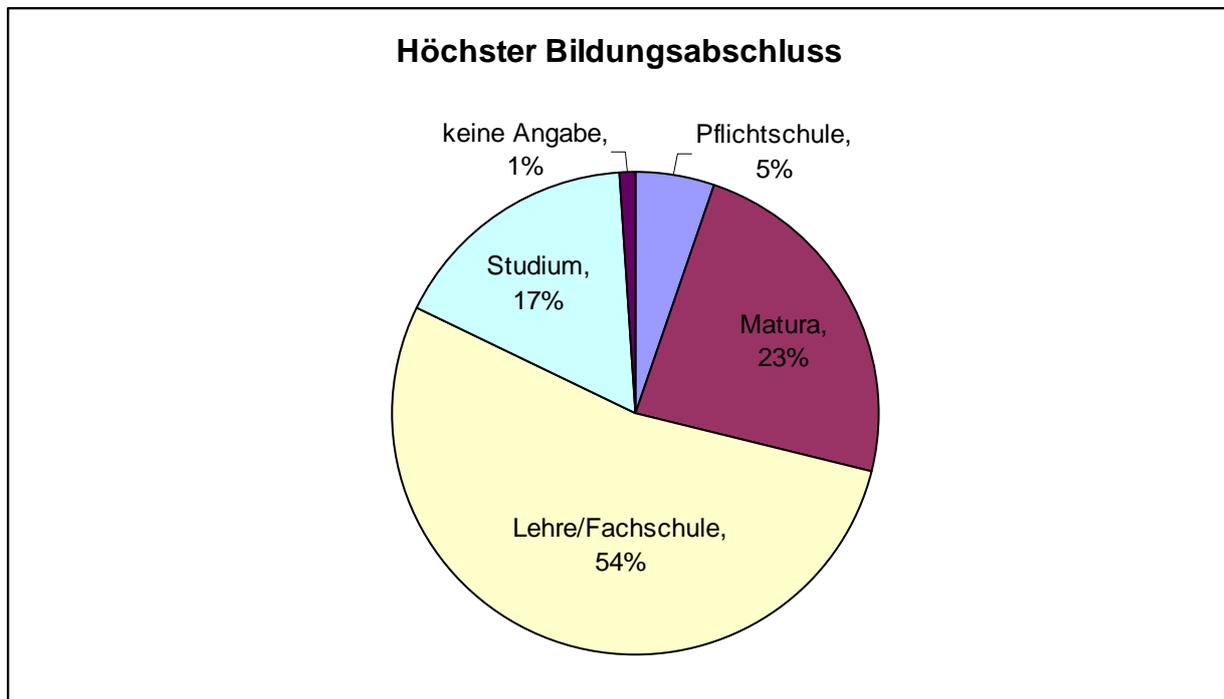
Familienstand



Fast zwei Drittel der Besucher sind verheiratet und über ein Viertel ist noch ledig. Lediglich 8 % gaben an geschieden zu sein und 1 % ist bereits verwitwet.

Frage 13:**Alter**

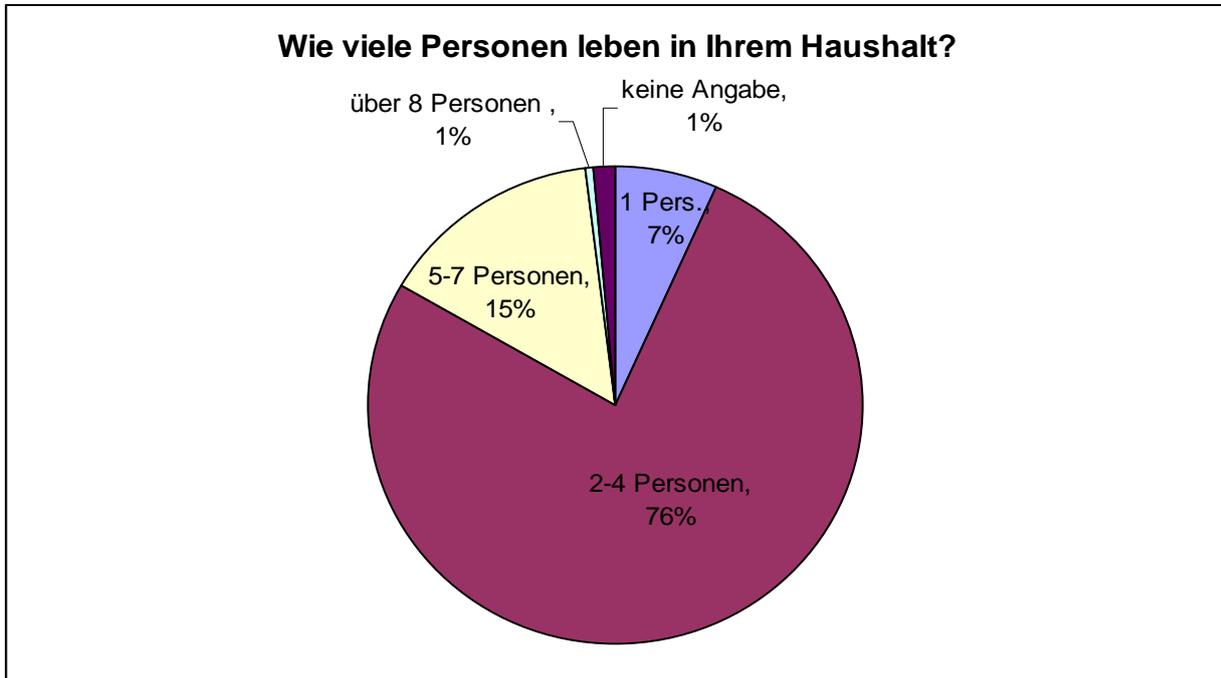
Die Altersverteilung zeichnet ein ausgeglichenes Bild: 40 % der Teilnehmer sind zwischen 30 und 49 Jahren und 43 % sind 50 Jahre und älter. Aus der jungen Alterskategorie der zukünftigen Häuselbauer unter 30 Jahren waren im Vergleich dazu nur 14 % der Besucher. 2 % waren sogar noch unter 18 Jahren alt.

Frage 14:**Höchster Bildungsabschluss**

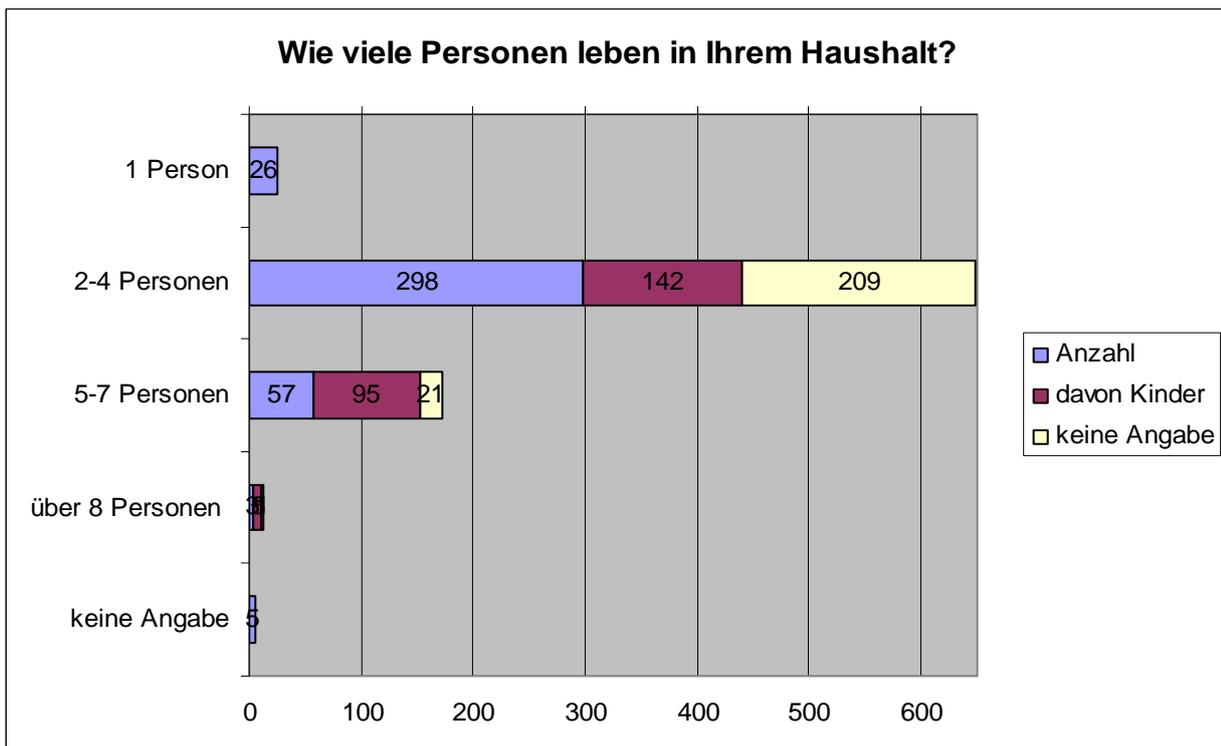
Bei 54 % der Teilnehmer ist der höchste Bildungsabschluss eine Lehre oder eine Fachschule. Eine Matura haben 23 % absolviert und 17 % haben ein Studium besucht. Nur einen Pflichtschulabschluss haben lediglich 5 % der Anwesenden.

Frage 15:

Wie viele Personen leben in Ihrem Haushalt?



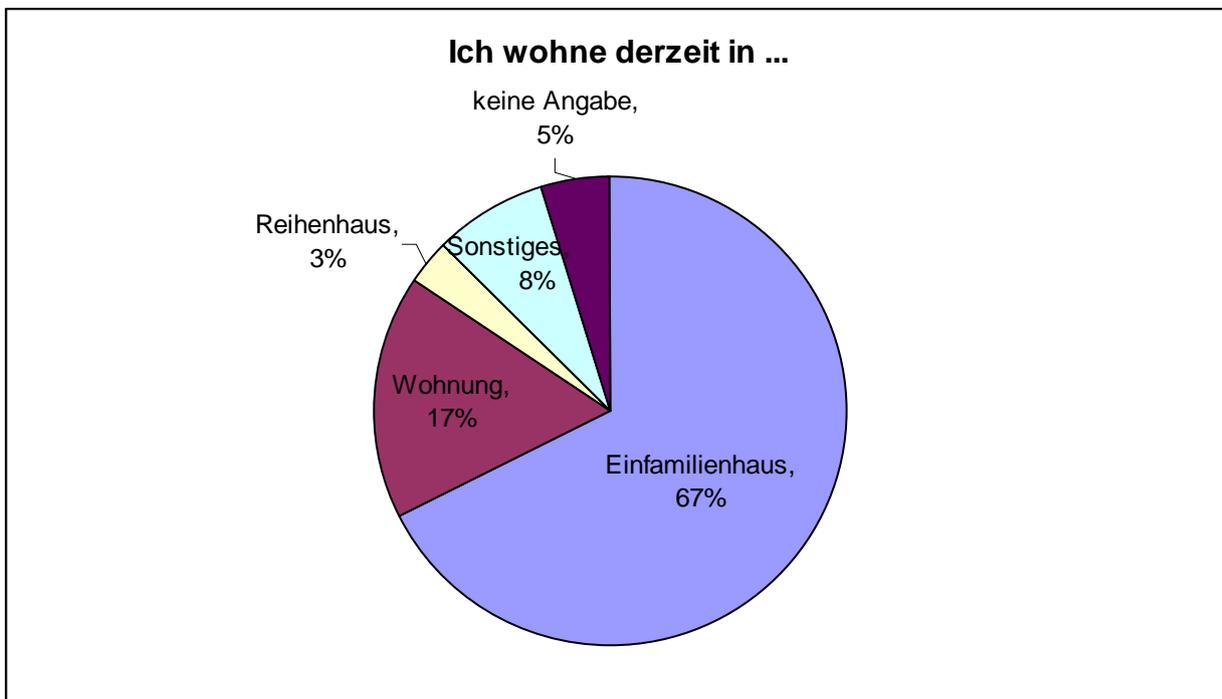
Über drei Viertel der Besucher leben in einem Haushalt mit 2 bis 4 Personen. 7 % leben alleine in einem Haushalt und bei 15 % umfasst der Haushalt 5 bis 7 Personen. Lediglich in 1 % der Fälle leben über 8 Personen zusammen unter einem Dach.



Die Gegenüberstellung der Anzahl der Personen pro Haushalt mit der Anzahl der Kinder zeigt, dass bei der Mehrheit der 2- bis 4-Personen-Haushalte keine Angabe über die Anzahl der Kinder getätigt wurde. Dies kann bedeuten, dass einerseits keine Kinder mehr im gleichen Haushalt leben oder andererseits viele Personen diese Frage unbeantwortet gelassen haben. Von den 298 Personen, die in einem 2- bis 4-Personen-Haushalt leben, haben 89 angegeben, dass 142 Kinder im selben Haushalt leben. Das entspricht rund 1,6 Kindern pro Haushalt. Bei den 5- bis 7-Personen Haushalten beträgt die durchschnittliche Kinderzahl bereits 2,6.

Frage 16a:

Ich wohne derzeit in ...



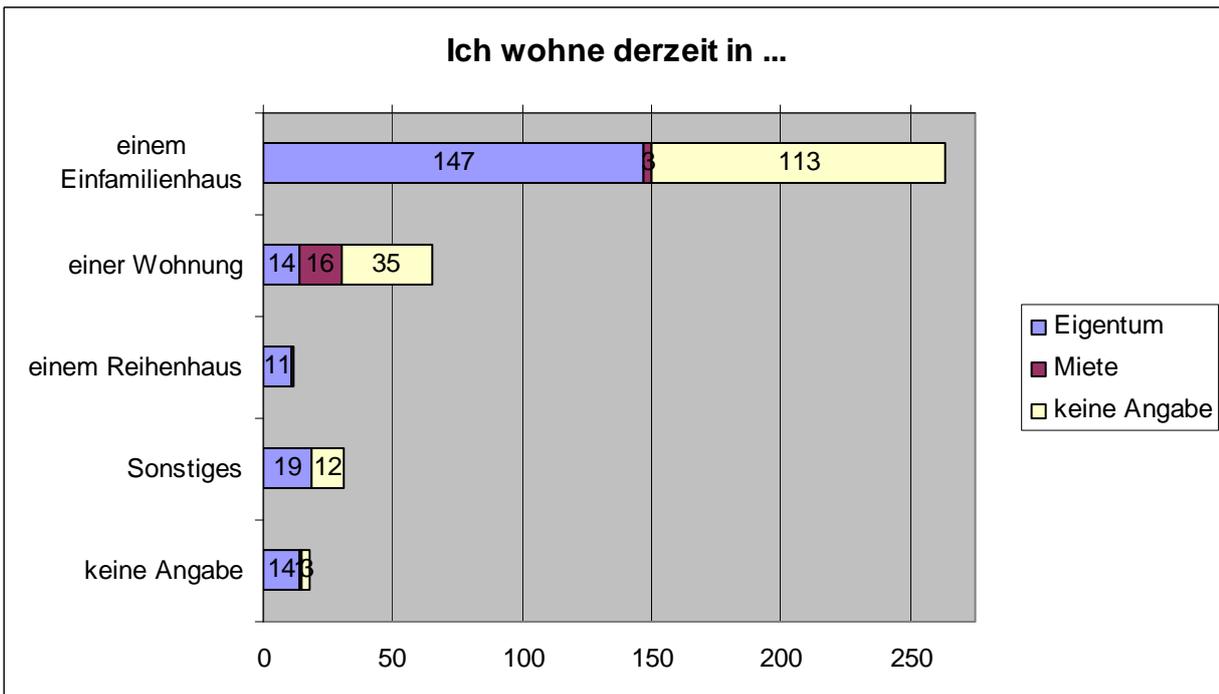
Mit zwei Drittel wohnt die überwiegende Mehrheit der Teilnehmer in einem Einfamilienhaus. In einer Wohnung leben hingegen nur 17 %. 3 % gaben an, in einem Reihenhaus zu wohnen. Als sonstige Wohnformen nannten die 8 % entweder ein Bauernhaus oder ein Zwei- beziehungsweise Mehrfamilienhaus.

Frage 16b:

Ich wohne derzeit in ...



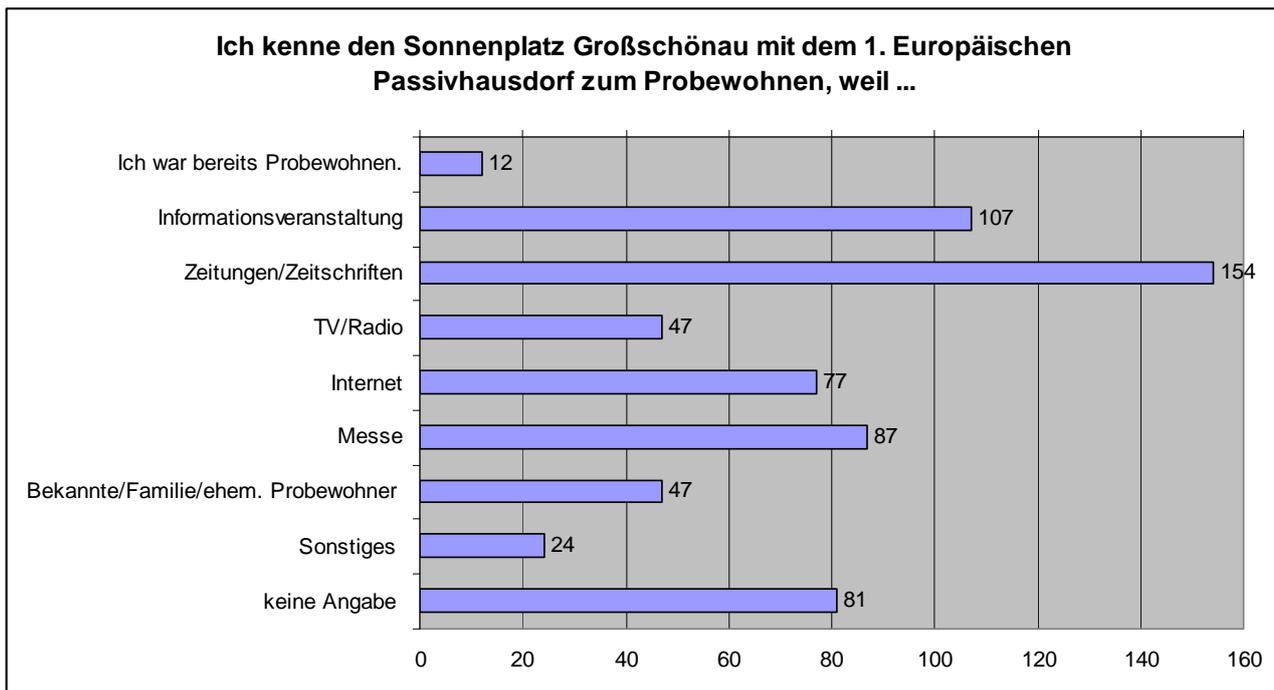
Die Frage nach den Besitzverhältnissen ergab kein eindeutiges Ergebnis, da 42 % in diesem Fall keine Angabe machten. Der Rest verteilt sich mit 53 % auf Eigentum und 5 % Miete.



Eine Kombination der beiden Fragen ergibt eine Übersicht, wie viele Personen in welcher Wohnform mit welchen Besitzverhältnissen leben. Von den 263 Personen, die in einem Einfamilienhaus wohnen, stehen nur 3 in einem Mietverhältnis. 147 Personen gaben an Besitzer ihres Einfamilienhauses zu sein und 113 Personen beantworteten die Frage nach dem Besitzverhältnis nicht. Eigentümer einer Wohnung sind 14 Personen und 16 Personen leben in einer Mietwohnung. Über die Hälfte gab keine Antwort auf die Frage nach Eigentum oder Miete. Beim Reihenhaus und den unter der Kategorie „Sonstiges“ angegebenen Wohnformen gibt es nur Eigentümer oder keine Angaben. 14 Personen haben nur vermerkt, dass sie in Eigentum wohnen, allerdings ohne die Wohnform bekanntzugeben.

Frage 17:

Ich kenne den Sonnenplatz Großschönau mit dem 1. Europäischen Passivhausdorf zum Probewohnen, weil ...



81 Personen gaben an den Sonnenplatz Großschönau mit dem ersten Europäischen Passivhausdorf zum Probewohnen noch nicht zu kennen. Die größte Bekanntheit hat der Sonnenplatz über die Berichterstattung in Zeitungen und Zeitschriften (154 Nennungen) erlangt. 107 Personen gaben an erst bei dieser oder einer vorhergehenden Informationsveranstaltung vom Passivhausdorf gehört zu haben. Bereits einige Personen weniger gaben Messen (87 Nennungen) und das Internet (77 Nennungen) an. Jeweils 47

Personen erfuhren aus dem Fernsehen oder Radio beziehungsweise von Bekannten oder ehemaligen Probewohnern vom Sonnenplatz. Lediglich 12 Personen machten bereits selbst die Erfahrung eines Aufenthaltes in einem Passivhaus. Unter den 24 sonstigen Meldungen wurden Führungen, Exkursionen, Vorträge, Kurse, Studium, Arbeit, Baumeister und Stadtamt angegeben.

2.4.3 Analyse der Ergebnisse

Die Analyse der 389 Fragebögen ergab insgesamt aufschlussreiche Ergebnisse über die Interessen und Einstellungen von Informationssuchenden im Bereich energieeffizientes und nachhaltiges Bauen und Sanieren. Im Folgenden zeigt eine Zusammenfassung die wichtigsten Aussagen auf.

Die Mehrheit der Befragten interessiert sich für eine Sanierung. Die Bedeutung des Themas Energieeffizienz haben bereits viele Personen erkannt und wollen auch demgemäß handeln. Als wichtiges Argument für Energieeffizienz im Neubau oder in der Sanierung wird bereits die Energieeinsparung gesehen. Daher geht auch die Tendenz bereits zum Niedrigenergiehaus-Standard, der auch in der Sanierung noch verhältnismäßig einfach erreicht werden kann. Der Großteil der Probanden sucht sich selbst Informationen im Zusammenhang mit dem eigenen Bau- oder Sanierungsvorhaben. Bei der Informationssuche werden die unterschiedlichsten Quellen herangezogen, hier lässt sich kein klarer Trend erkennen. Das größte Verbesserungspotential sehen die Teilnehmer an der Befragung bei der Gewährleistung von firmenneutralen Informationen und Beratungen. Sie wollen neutral informiert werden ohne Verkaufsgespräche abwehren zu müssen. Im Rahmen der Auswertung der Fragebögen kristallisierte sich ein Bild des „typischen“ Informationssuchenden heraus:



Der „typische“ Informationssuchende, der einen der 15 abgehaltenen Vortragsabende besucht hat, ist ein über 50 Jahre alter verheirateter Mann, der eine Lehre oder Fachschule abgeschlossen hat und in einem 2-Personen-Haushalt in seinem eigenen Einfamilienhaus lebt.

Aus den Bewertungen von zehn Aspekten bei der Organisation und Durchführung von Weiterbildungsangeboten konnten die 10 größten Motivationsgründe und die 10 größten Hemmnisse eruiert werden. Die erste Grafik zeigt immer die beste beziehungsweise schlechteste Bewertung in der jeweiligen Kategorie.



Aufgrund der geforderten Bewertungen von „sehr positiv“ (1) bis „sehr negativ“ (4) zu den zehn Themenpunkten wurden die Durchschnittswerte ermittelt, die somit die Gesamtnote für den entsprechenden Punkt darstellen. Im Folgenden werden die dementsprechend größten Motivationsgründe beziehungsweise Hemmnisse in einem Ranking basierend auf ihrer Benotung aufgelistet. Diese Wertung wurde im Gegensatz zur ersten Grafik unabhängig von den Kategorien erstellt.

MOTIVATIONSGRÜNDE

1	in meiner Gemeinde	1,19
2	Experten auf dem Fachgebiet	1,21
3	Teilnahme kostenlos	1,25
4	Unterlagen werden bereitgestellt	1,33
5	Praxisbeispiele	1,35
6	Teilnahme wird gefördert	1,44
7	Energie-/Umweltberatung	1,46
8	Land NÖ	1,51
9	bis 4 Stunden	1,61
10	Abends	1,64
	Pausenverpflegung inkludiert	
	in meinem Bezirk	

HEMMNISSE

1	Entfernung bis 250 km	3,84
2	Teilnehmerbeitrag bis 500 €	3,73
3	Entfernung bis 150 km	3,56
4	Teilnehmerbeitrag bis 250 €	3,20
5	mehrere Tage	3,14
6	keine Förderung möglich	3,06
7	eigene Mitschrift erforderlich	2,82
8	Tagsüber	2,64
9	unbekannte Vortragende	2,58
10	bis 8 Stunden	2,40

Durch die Auflistung mit der entsprechenden Notenskala wird die tatsächliche Gewichtung der verschiedenen Kategorien deutlich. So liegt beispielsweise die „Anreise“ mit beiden Antwortmöglichkeiten im Mittelfeld und zählt daher weder eindeutig zu den Motivationsgründen noch zu den Hemmnissen, weshalb sie auch in den Grafiken oben nicht aufscheint. Bei der Kurszeit fielen ebenfalls die Punkte „unter der Woche“ oder „am Wochenende“ aufgrund ihrer mittelmäßigen Benotung heraus. Eindeutige Ergebnisse in Richtung Pro oder Kontra wiesen die Punkte „Kurszeit“ bezogen auf die Tageszeit, „Förderung“, „Vortragende“ und „Unterlagen“ auf. Aufgrund der Benotung sind in der Aufstellung jetzt auch mehrere Unterpunkte betreffend die Kursdauer, den Kursort sowie die Kurskosten vermerkt. Diese drei Kategorien haben am stärksten polarisiert, wodurch sie auch jeweils bei den Motivationsgründen und Hemmnissen stark vertreten sind. Als Veranstalter zählt nun neben der Energie- und Umweltberatung auch das Land Niederösterreich noch zu den besten Zehn, während die in dieser Kategorie am schlechtesten bewertete Auswahlmöglichkeit „Baufirmen“ nicht bis in das Ranking der schlechtesten Zehn aufrückten.

Die **bestmögliche Informationsveranstaltung** sollte demnach idealerweise abends in der eigenen Gemeinde oder maximal im eigenen Bezirk abgehalten werden. Die Weiterbildung dauert maximal 4 Stunden. Die Teilnahme ist kostenlos oder wird zumindest gut gefördert. Als Referenten treten Experten auf dem Fachgebiet von der Energie-/Umweltberatung oder dem Land Niederösterreich auf. Zusätzlich werden die Unterlagen bereitgestellt, Praxisbeispiele gezeigt und eine Pausenverpflegung angeboten.

Für das **schlechteste Weiterbildungsangebot** müssten die Teilnehmer eine Anreise bis 250 Kilometer für eine mehrtägige Veranstaltung, die bis 500 € kostet, auf sich nehmen. Darüber hinaus findet die Schulung mit unbekanntem Vortragenden tagsüber statt. Weiters ist keine Förderung möglich und eine eigene Mitschrift erforderlich.

Entscheidende Faktoren für die Teilnahme an angebotenen Informations- und Weiterbildungsveranstaltungen sind demnach vor allem:

- Entfernung
- Kosten
- Zeit

Während bei den Motivationsgründen neben diesen ökonomischen Faktoren auch die Qualität der Veranstaltung für die Teilnehmer von großem Interesse ist, dominieren diese wirtschaftlichen Gründe bei den Hemmnissen eindeutig.

Die durchgeführten Informationsveranstaltungen wurden von den Teilnehmern durchwegs positiv mit „gut“ bis „sehr gut“ bewertet. Die Veranstaltungen wurden in Kooperation mit den jeweiligen Gemeinden durchgeführt, was einen besonders positiven Effekt bei der Bewerbung zeigte. Die Mehrheit der Besucher gab an aufgrund von Aussendungen beziehungsweise Postwurfsendungen der Gemeinde und der Ankündigung in der Gemeindezeitung von der Veranstaltung erfahren zu haben. Auch die Mundpropaganda ist ein entscheidendes Instrument zur Bewerbung. Ausschlaggebend für den Besuch waren ein geplantes Bau- oder Sanierungsvorhaben oder berufliches Interesse.

2.4.4 Feedback des Antragstellers

Im Laufe der Organisation und Durchführung der 15 Abendveranstaltungen in den unterschiedlichen Gemeinden konnten von den Projektmitarbeitern teilweise große Unterschiede festgestellt werden, die im Nachhinein gesehen zum Teil direkten Einfluss auf das Ergebnis der jeweiligen Veranstaltung hatte.

Auf die Besucheranzahl wirkte sich direkt aus, ob die jeweilige Gemeinde der Veranstaltung positiv gegenüberstand und mit voller Unterstützung dahinterstand. Auffällig war, dass die Bewerbung von der Bevölkerung in den unterschiedlichen Gemeinden nicht gleich aufgenommen wurde. In engagierten Gemeinden, wo in den vergangenen Jahren bereits Aktivitäten im Bereich Umwelt und Energie gesetzt wurden, waren mehr Bewohner an der Veranstaltung interessiert, als in jenen Gemeinden, die in diesem Bereich noch untätig waren. Der persönliche Einsatz der Ansprechpersonen, die allesamt hohe kommunale Entscheidungsträger waren, gepaart mit einer bereits aufgeklärten Bevölkerung war somit ein Erfolgsgarant. Einige Gemeinden bewiesen anschaulich, dass der sogenannte Multiplikatoreffekt funktionieren kann (vgl. Kirchberg an der Pielach, St. Valentin, Heidenreichstein oder Zwettl). Die Vervielfältigungswirkung, die Multiplikatoren in ihrem Wirkungsbereich erreichen können, ist mit herkömmlichen Bewerbungsmethoden nicht herstellbar. Daher ist die optimale Nutzung des Multiplikatoreffekts für künftige Strategien von hoher Bedeutung.

Generell musste festgestellt werden, dass dem Thema Energie noch zu wenig Bedeutung in der Bevölkerung zukommt. Da die Rohstoffe immer noch leistbar sind, denkt keiner daran dass sein Verhalten direkte Auswirkungen auf die Zukunft aller haben wird. Den Bürgern ist noch nicht bewusst, dass der österreichische Durchschnittshaushalt im Jahr 6.000 € allein für Energie verbraucht.

Bei den Veranstaltungen tauchten unter den Teilnehmern immer wieder ähnliche Fragen auf. Eine große Sorge der Menschen betrifft die Amortisationszeiten, die nicht selten vor Investitionen zurück schrecken lassen. Der „typische“ Informationssuchende lebt in einem Einfamilienhaus, dass vor durchschnittlich 30 Jahren erbaut wurde und bei dem in den nächsten Jahren eine Sanierung anfällt. Auch die Fördermodelle sorgen oft für Unsicherheit, da ältere Personen sich nur mehr ungern einen Kredit auf einige Jahre aufnehmen, schließlich will man seinen Kindern keine Schulden hinterlassen. Für

Personen, die bereits ökologisch nachhaltig denken, stellt sich immer die Frage, was in Zukunft mit den heutigen Dämmstoffen passieren wird. Skepsis herrscht vor allem gegenüber den Möglichkeiten zur Entsorgung oder zum Recycling von heutigen Dämmmaterialien, speziell EPS und XPS.

Die Befragung der Teilnehmer musste aus organisatorischen Gründen in der Mitte zwischen den beiden Vorträgen durchgeführt werden, da am Ende der Veranstaltung es äußerst schwierig gewesen wäre die Besucher noch zum Ausfüllen des Fragebogens zu motivieren. Idealerweise wäre die Bewertung allerdings sicher ganz am Ende gewesen, da dann die gesamte Informationsveranstaltung miteinbezogen worden wäre. Daraus resultierte auch, dass die Bewertung der Veranstaltung in direktem Zusammenhang mit der Leistung der externen Referenten zu sehen ist, die immer den ersten Vortrag hielten. Die sechs Experten der NÖ Energieberatung kamen teils sehr unterschiedlich bei den Besuchern an, was sich direkt in den Bewertungen niederschlug.

2.4.5 Synergien zum Vorgängerprojekt

Aufbauend auf dem Vorgängerprojekt „Strategie zur Verstärkung des Passivhaus-Trends in Niederösterreich“ zielt das vorliegende Projekt auf eine weitere Verbreitung von Energieeffizienz und Nachhaltigkeit im Bereich Bauen und Sanieren ab. Daher wird hier auch eine Zusammenschau mit dem vorhergehenden Projekt dargestellt, aus der ersichtlich wird, dass die Vermittlung von firmenneutralen Informationen einen positiven Einfluss auf die Einstellungen der ehemaligen Probewohner hatte. Die gezielte Aufklärung bewirkt eine nachhaltige Bewusstseinsbildung. Die dabei ermittelten Ergebnisse bestätigen die Annahme, dass aufgeklärte und informierte Personen den Themen Energie und Umwelt weit positiver gegenüberstehen.

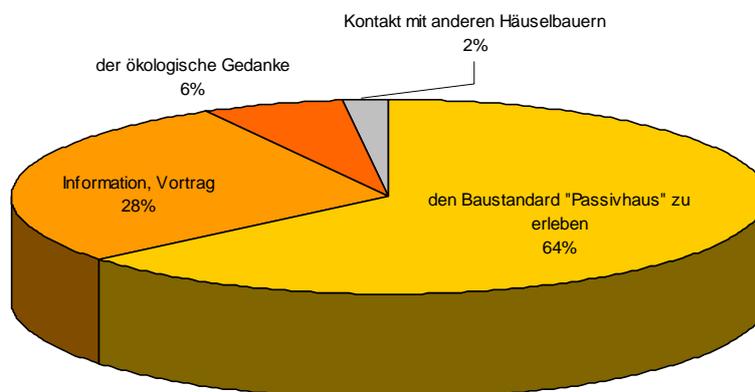
Im Rahmen des Vorgängerprojektes wurden in einem ersten Schritt insgesamt 329 Feedbackfragebögen aus zehn Monaten Probewohnen[®] ausgewertet. Aus dieser Befragung wird ein kurzer Auszug wiedergegeben.

Frage 1:

Welche Maßnahmen haben besonders dazu beigetragen den Begriff Passivhaus als positiv zu empfinden und das eigene Haus in diesem Standard errichten zu wollen?
(geschlossene Frage, Mehrfachnennung möglich)

Maßnahmen, die besonders dazu beigetragen haben, den Passivhausstandard als positiv zu empfinden

n = 462 Nennungen von 329 befragten Familien



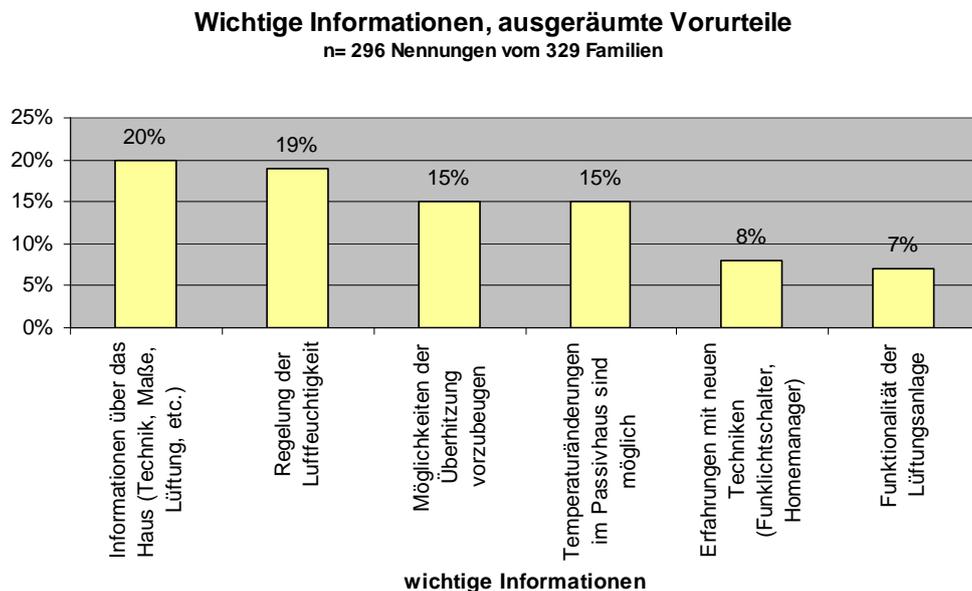
Etwa zwei Drittel der 329 befragten Familien gaben an, dass ein Passivhaus erlebt zu haben besonders dazu beitrug, dass sie diesen Baustandard als positiv empfinden. Für

28 % der Befragten waren der Vortrag und die gesammelten Informationen ausschlaggebend und für 6 % der ökologische Gedanke. Bei 2 % war der entscheidende Grund der Kontakt zu anderen Hauserrichtern.

Frage 2:

Welche Informationen waren wichtig, welche Vorurteile gab es vorher, die ausgeräumt wurden?

(offene Frage, Mehrfachnennung möglich)



Ein Fünftel der Befragten gab an, dass die Informationen über die Häuser, wie z.B. über Technik, Lüftungsanlage, Maße, etc. wichtig waren, um Vorurteilen entgegenzuwirken. Für weitere 19 % war die Regelung der Luftfeuchtigkeit sehr wichtig und für jeweils weitere 15 % die Maßnahmen zur Regelung der Überhitzung und die Temperaturregelung. Für 8 % der Befragten war es von essentieller Bedeutung, Erfahrungen mit neuer Technik zu machen, wie z.B. Homemanager oder Funklichtschalter. 7 % der befragten Familien gaben an, dass die Funktionalität der Lüftungsanlage ein großes Vorurteil war, welches aber durch das Probewohnen[®] ausgeräumt wurde und 10 % machten keine Angabe.

Weitere 4 %, die nicht mehr in der Grafik angeführt sind, wurden im Zuge des Probewohn[®]-Aufenthalts überzeugt, dass auch in einem Passivhaus die Fenster geöffnet werden dürfen. Jeweils 3 % entfielen darauf, dass:

- das Aufzeigen von Fehlern, die bei der Planung und Ausführung eines Passivhauses berücksichtigt werden müssen,

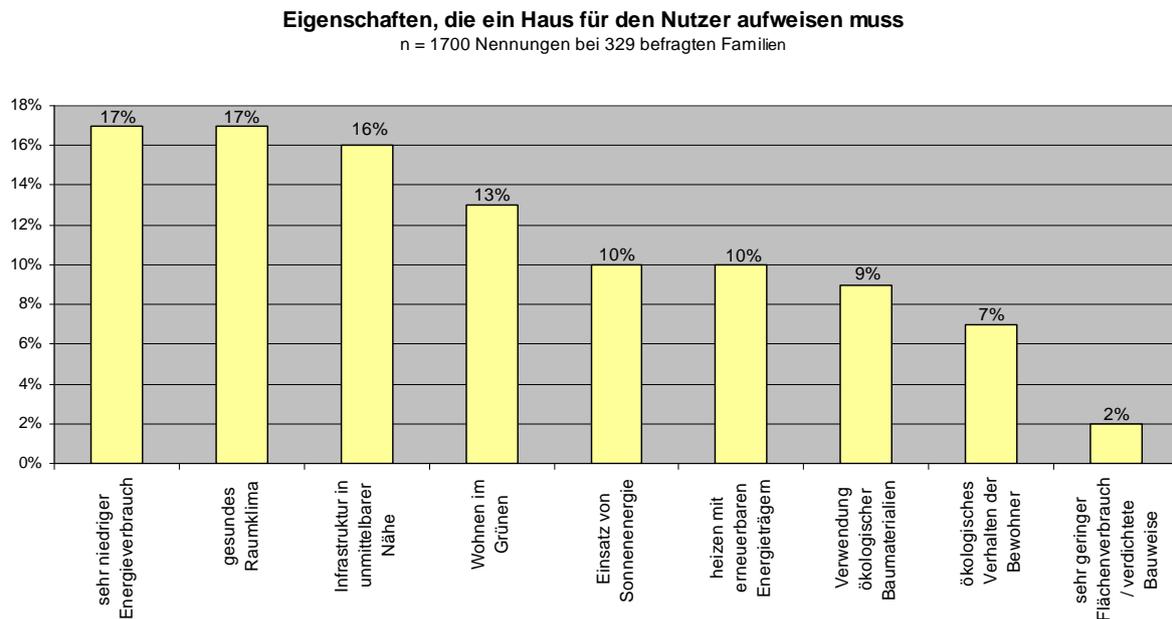
- das Aufzeigen von alternativen Heizmöglichkeiten und
- das Aufzeigen der Möglichkeiten der Warmwasserbereitung enorm wichtig für sie war.

Für 2 % war es wichtig, eine ökologische/energiesparende Technik kennen zu lernen.

Frage 4:

Welche Eigenschaften muss ein Haus für einen Nutzer aufweisen?

(offene Frage, Mehrfachnennung möglich)



Durchschnittlich zählte jede Familie fünf Kriterien auf, wodurch bei der befragten Anzahl von 329 Familien in Summe 1700 Nennungen abgegeben wurden. Jeweils 17 % dieser abgegebenen Nennungen bezogen sich darauf, dass ein Haus einen sehr niedrigen Energieverbrauch und ein gesundes Raumklima aufweisen muss. Für weitere 16 % ist die Infrastruktur in unmittelbarer Nähe wichtig und für 13 % ist es eine Notwendigkeit im Grünen zu Wohnen. Der Einsatz von Solarenergie und das Heizen mit erneuerbaren Energieträgern sind für je 10 % sehr wichtig. Für 9 % ist es bedeutend, auf die Verwendung ökologischer Baumaterialien zu achten. Das ökologische Verhalten der Bewohner ist für 7 % wesentlich und für 2 % ist ein sehr geringer Flächenverbrauch/verdichtete Bauweise von großer Bedeutung.

In einem weiteren Schritt wurden 100 dieser Familien nach ihrem Probewohn-Aufenthalt zusätzlich telefonisch kontaktiert und anhand eines standardisierten Fragebogens interviewt.

Bei der Frage nach der gewählten Heizform gaben die 73 Probewohner, die seit dem Aufenthalt am Sonnenplatz bereits ein Haus saniert/errichtet hatten bzw. sich in dessen Planungsphase befanden, an größtenteils mittels Wärmepumpe (63 %) ihren Heizbedarf zu decken. Auf andere erneuerbare Energieträger entfielen immerhin noch 17 % (10 % Holz, 7 % Pellets). Abhängig von fossilen Heizformen sind 7 % der Befragten (5 % Gas, 2 % Heizöl). Dieser Anteil ist vermutlich noch höher da einige entweder keine Antwort oder „sonstige“ Heizungsarten angaben. Der Großteil entschied sich aufgrund des Passivhaus- und Niedrigenergiestandards (33 %) und der Ökonomie und Ökologie (15 %) für die jeweiligen Energieträger. Weitere Beweggründe für die Entscheidung des Energieträgers waren die Alternative zu fossilen Ressourcen, der Komfortgewinn, die Kosten, die Effizienz, die bestehende Heizung oder der eigene Vorrat an Energieträger. Bei der Nutzung von solarer Energie konnten eindeutige Unterschiede zwischen bereits informierten und uninformierten Personen aufgezeigt werden. Sonnenenergie wurde von rund drei Viertel der befragten 73 Probewohner genutzt. 22 % nutzten keine solaren Energiegewinne. Der Rest gab keine Auskunft. Die solaren Gewinne werden durch thermische Solaranlagen (56 %), Südausrichtung (23 %) und Photovoltaikanlagen (21 %) verwertet. Die Hälfte der Befragten gab an vor allem wegen der Warmwasserbereitung die Energie der Sonne zu nutzen. Ebenfalls die Hälfte wurde von den Kosten von der Nutzung solarer Energiegewinne abgehalten. Der Anteil der Solarnutzung sank bei den zusätzlich befragten Häuselbauern, die sich gegen die Errichtung eines Passivhauses entschieden hatten, von den 71 % auf nur mehr 47 %. Hauptursache dafür waren die Anschaffungskosten.

Weiters wurden die ehemaligen Probewohner befragt, inwieweit die erhaltenen Informationen ihre Einstellungen beeinflusst haben. Bei der Wahl des Baustandards wurden 59 % der 73 Befragten stark und 22 % sehr stark vom Probewohnen[®] beeinflusst. Als Hauptargumente für den positiven Einfluss des Probewohnens wurden folgende Punkte aufgezählt: die Überzeugung zum Passivhaus fand statt, weil die eigene Meinung bestätigt wurde (31 %), die erhaltenen Informationen bzw. Vorträge (16 %) sowie das praxisnahe Ausprobieren (15 %). Zum Zeitpunkt der Befragung beurteilten 59 % ihren bereits etwa ein Jahr zurück liegenden Probewohn-Aufenthalt als sehr positives und 41 %

als positives Erlebnis. Die Hälfte der Befragten gab darüber hinaus an, dass diese Erfahrung sich positiv auf ihre Einstellung im Bezug auf Energieeffizienz beim Bauen oder Sanieren ausgewirkt hat. Gründe dafür lagen in der Aufklärungsarbeit am Sonnenplatz, die ökologische Einstellungen noch verstärkte oder Neulinge von der Bedeutung überzeugen konnte. Die zweite Hälfte gab an ihre Meinung nicht geändert zu haben, da diese Personen bereits vorher eine energieeffiziente Einstellung lebten und darin lediglich bestärkt wurden.

Für die qualitative Marktforschung von Passivhausnutzern wurden zehn Passivhaus-Nutzerfamilien aus Niederösterreich über deren Erfahrungen und Meinungen zum Baustandard Passivhaus befragt. Für neun der zehn Familien wäre es auf alle Fälle hilfreich gewesen, ein Passivhaus vor der Bauphase zu testen. Die Vorteile dabei wären gewesen, das Wohnklima zu erleben bzw. die Lüftung auszuprobieren, Vorurteile auszuräumen sowie Antworten auf offen stehende Fragen zu finden.

In einem weiteren Schritt wurde mit 30 Häuselbauern, die kein Passivhaus errichtet hatten, eine Marktforschung durchgeführt. Fast die Hälfte gab an, aus Kostengründen kein Passivhaus gebaut zu haben. Erst als weitere Argumente wurden die fehlende Überzeugung, die Amortisationszeit und die Eigenerrichtung genannt. Folgende Gründe gegen einen Passivhausbau wurden ebenfalls genannt: das Fehlen eines separaten Heizsystems, die Baufirma hatte kein Passivhaus im Programm, die Wohnraumlüftung wird nicht als gesund empfunden, aufgrund des Gefriertruhenprinzips (luftdichtes Gebäude, wo man von der Außenwelt isoliert ist), Bauphase musste sehr schnell durchgeführt werden, technische Schwierigkeiten, Optik gefällt nicht, fertiger Rohbau wurde gekauft, Passivhausstandard war bei der Sanierung nicht möglich, das Grundstück war für ein Passivhaus nicht geeignet oder zu hoher Aufwand bei der Errichtung. Für 63 % der Befragten hätte auch ein Test eines Passivhauses nichts an ihrer Entscheidung geändert, da die Hälfte davon sowieso kein Passivhaus gebaut hätte. Allerdings hätten 27 % gerne ein Passivhaus getestet, um sich selbst ein Bild von der Passivhaus-Technik zu machen und entsprechende Informationen zu erhalten. Trotzdem hätten 73 % davon nichts an ihrer Entscheidung geändert. Lediglich 3 % hätten dann ein Passivhaus gebaut, 13 % hätten dies vielleicht getan und weitere 13 % waren sich darüber nicht im Klaren.

Aus dieser Zusammenschau mit dem Vorgängerprojekt lassen sich einige Synergien zum vorliegenden Projekt ableiten.

Die potentiellen Häuselbauer und Sanierer sind laufend auf der Suche nach firmenneutralen Informationen, wobei sie oft durch das herrschende Defizit an qualitativ hochwertigen Daten und die Verbreitung unrichtiger Informationen behindert werden. Die Möglichkeit der Wissensgewinnung durch ein erstes unverbindliches Kennenlernen (z.B. Vorträge, Energieberatung, Probewohnen[®]) nimmt der Bevölkerung vor allem die Scheu vor dem Thema Energie und wird als äußerst positiv bewertet. Viele Vorurteile lassen sich erst durch ausreichende Vermittlung von Fakten und dem persönlichen Auseinandersetzen mit der Thematik abbauen. Um die Bevölkerung erstmals zu erreichen, müssen Multiplikatoren eingesetzt werden, die ihre positiven Erfahrungen (z.B. Politiker, Gemeinden, ...) weitergeben. Jene Personen, die bereits zum Thema Energie sensibilisiert wurden, zeigen größeres Interesse an Möglichkeiten zum effizienteren Einsatz der vorhandenen Ressourcen. Diese Personengruppe tendiert eher zur Errichtung eines Passivhauses, einer thermischen Sanierung oder der Nutzung von erneuerbaren Energieträgern. Als größtes Hindernis bei dieser Entwicklung stellen sich immer wieder die Anschaffungs- und Investitionskosten heraus. Auch die genaue Ausführung bei Neubau oder Sanierung schreckt noch immer viele Interessenten vor den entsprechenden Maßnahmen ab. Die Einsparungen bei den Energiekosten und die positiven Effekte für die Umwelt (z.B. weniger CO₂-Emissionen, Schonung der Ressourcen, ...) werden zwar erkannt, aber noch nicht in Relation zum eigenen Handeln gesetzt. An einer breitenwirksamen Bewusstseinsbildung muss noch stark gearbeitet werden. Erst überzeugte Personen entscheiden sich für investive Maßnahmen zur Verbesserung der eigenen Wohnsituation und tragen somit zur Energieeinsparung bei.

Im folgenden Kapitel werden ausgehend von diesen wiederkehrenden Anzeichen mögliche Lösungsansätze erarbeitet und aufgezeigt.

2.5 AP 4) Lösungsansätze erarbeiten und präsentieren

Die im vorhergehenden Arbeitspaket erstellte Analyse dient nun als Grundlage, um neue Lösungsansätze zu erarbeiten. Die Inhalte der erarbeiteten Module werden auf den folgenden Seiten objektiv beschrieben und übersichtlich dargestellt. Das Zusammenstellen von weiteren Strategieansätzen dient der Erreichung von bislang nicht motivierten Personen, um diesen neue Schulungskonzepte näher zu bringen und so die Informationen über energieeffizientes Bauen und Sanieren in die Breite tragen zu können

Die Analysen im Vorgängerprojekt sowie im vorliegenden Projekt ergaben als Hauptursachen für die teilweise stark ausgeprägte Abwehrhaltung gegenüber Maßnahmen im Bereich Energieeffizienz oder Einsatz von erneuerbaren Energien ein allgemeines Informationsdefizit und die Verbreitung unrichtiger Informationen. Um diesem Trend entgegenzuwirken ist hier im Besonderen Aufklärungsarbeit zu leisten. Erst durch gezielte Information und Aufklärungsarbeit erhält die Bevölkerung den ersten Anstoß in Richtung bewusstem Einsatz von Energie und Ressourcen. Denn für die rasche Verbreitung von Energieeffizienz und Nutzung erneuerbarer Energien im Alltag ist es notwendig, eine kritische Masse an Multiplikatoren zu gewinnen, die die überzeugende Idee der Energieautarkie zugunsten einer besseren Energiezukunft in die verschiedenen Ebenen der Bevölkerung, mit allen Entscheidungsträgern und Akteuren, in alle Regionen hinausträgt. Hierfür wiederum ist eine Grundvoraussetzung, dass diese Multiplikatoren das notwendige Basiswissen mitbringen.

Diejenigen, die vor Effizienzmaßnahmen im Neubau oder in der Sanierung zurückschrecken, nennen als Beweggründe dafür die Investitionskosten und die genauere Bauausführung. Daher ergab die Befragung bei den durchgeführten Informationsveranstaltungen auch eine Tendenz in Richtung Niedrigenergiestandard, da trotz dem Willen zur Nachhaltigkeit es nicht immer möglich ist, ein Gebäude auf Passivhaus- oder Plus-Energie-Standard zu sanieren. Grundsätzlich kann gesagt werden, dass die Errichtungs- oder Anschaffungskosten noch immer die größte Hürde für die verbreitete Nutzung von zukunftsweisenden und ökologisch nachhaltigen Techniken darstellt.

Kriterien, warum energieeffizient gebaut oder saniert wird, sind vor allem die Energiekosteneinsparung und das Umweltbewusstsein. Die persönlichen Zusatznutzen,

die energieeffiziente Gebäude mit sich bringen, sind der Wohnkomfort und die zunehmende Energieautarkie.

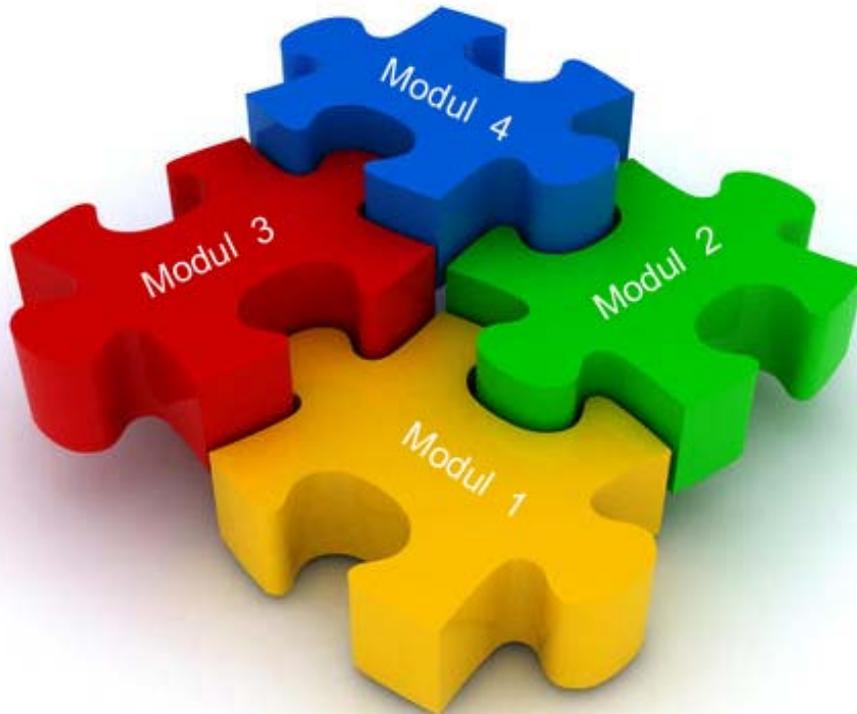
Die größte Bedeutung liegt darin, die Endkunden fachgemäß über die Möglichkeiten im Bereich Energieeffizienz und Nutzung erneuerbarer Energieträger zu informieren. Mögliche Erfolgsfaktoren für Energieeffizienz beim Bauen und Sanieren, die sich aufgrund der umfassenden Vorarbeiten ableiten lassen, sind:

- Energieeffizienz stellt das Hauptargument für die Ergreifung von Effizienzmaßnahmen dar.
- Die Entscheidung zur Durchführung von energieeffizienten Maßnahmen steht in direktem Zusammenhang mit den Energiekosten.
- Marketingmaßnahmen beeinflussen die Meinung von potentiellen Hausrichtern oder Sanierern.

Allgemein besteht immer noch die dringende Notwendigkeit die vorherrschenden Vorurteile abzubauen und diese in der Folge mittels gezielter Aufklärung in positive Emotionen umzuwandeln. Aus den bisherigen Forschungsprojekten ist bereits bekannt, dass potentielle Kunden von Marketingmaßnahmen in ihren Entscheidungen beeinflusst werden. In Medienkampagnen muss vermittelt werden, dass „Besser Leben mit weniger Energie“ nicht nur die Lebensqualität und die Klimaverträglichkeit steigert, sondern auch mit positiven Botschaften dem Energiesparen seinen Schrecken nimmt. Diese Vermittlung von Inhalten muss daher zielgerichtet auf verschiedenen Ebenen für unterschiedliche Personengruppen erfolgen.

Aufbauend auf diesen Voraussetzungen werden im Folgenden vier Module vorgestellt, die verschiedene Akteure betreffen und deren Effekt darauf basiert, dass diese Module ineinandergreifen und gleichzeitig aufeinander aufbauen. In diesen Modulen werden konkrete Lösungsansätze für die verschiedenen Stakeholder und Zielgruppen aufgezeigt. Dadurch soll in erster Linie die Bevölkerung motiviert werden, verstärkt an Weiterbildungsveranstaltungen teilzunehmen und in der Folge durch das neu erlangte Wissen im Bereich energieeffizientes Bauen und Sanieren ihr Verhalten in Richtung gesteigerter Energieeffizienz zu verändern. Damit einher gehen verbesserte Chancen zur Erreichung der Klimaziele des Landes Niederösterreich.³

³ Vgl. Niederösterreichisches Klimaprogramm 09-12



Modul 1: Land Niederösterreich

Das Land Niederösterreich hat die Möglichkeit direkt oder indirekt auf die Einstellungen der Bevölkerung Einfluss zu nehmen. Speziell im Bereich der energieeffizienten Bauten besteht enormes Potenzial mit gutem Beispiel voranzugehen und durch die Vorbildwirkung eine zukunftssträchtige Linie vorzugeben. Folgende Lösungsansätze werden daher empfohlen:

- **Öffentliche Bauten** (Kindergarten, Schulen, Krankenhäuser, ...) werden nur mehr in den energieeffizientesten Baustandards errichtet. Weiters wird die Verwendung von ökologischen Baustoffen und erneuerbaren Energieträgern forciert. Diese Vorbildwirkung wird mittels Öffentlichkeitsarbeit der Bevölkerung vermittelt (z.B. Pressemeldungen, Tage der offenen Tür, ...).
- **Hohe energetische Standards** müssen **im Baurecht** verankert werden, beispielsweise eine niedrigere Obergrenze der Energiekennzahl bei der Bauverordnung, ein Verbot von elektrischen Direktheizungen, verpflichtende Inspektionen von Heizungs- und Klimaanlage sowie der verpflichtende Einsatz von energieeffizienter Haustechnik.

- **Festgelegte Mindeststandards** müssen erfüllt werden, um Förderungen für energieeffiziente Neubauten und Sanierungen zu erhalten. Vor allem im Bereich der Sanierung sind ältere Personen betroffen, die vor langen Laufzeiten zurückschrecken, daher müssen auch Direktzuschüsse, mit der Möglichkeit ohne Kredit auszukommen, angeboten werden.
- **Bewusstseinsbildung** muss bereits im Kindesalter beginnen. Im **Kindergarten** kann der Zugang zum Thema „Energieeffizienz“ noch spielerisch erfolgen, in den **Schulen** muss er in den Lehrplan integriert werden. Speziell bei Berufen im Baugewerbe muss die Ausbildung in den entsprechenden **Berufsschulen** in Richtung Passivhaus, Energie-Plus-Haus und effiziente Sanierung forciert werden.
- Der Bereich „Energie“ birgt auch neue Chancen am Arbeitsmarkt. Die entsprechenden **zusätzlichen Ausbildungsmöglichkeiten** müssen gefördert werden, damit mögliche Teilnehmer nicht aufgrund von Kosten abgeschreckt werden.
- **Weitere Vergünstigungen** bei Förderungen oder Krediten können durch bestimmte Tätigkeiten (z.B. Besuch von themenspezifischen Weiterbildungsveranstaltungen, Inanspruchnahme einer Beratung durch einen Energieberater, Besuch der derzeit in Errichtung befindlichen Energieerlebniswelt am Sonnenplatz Großschönau, ...) erreicht werden. Dies dient als weiterer Ansporn sich umfassend über das breite Feld der Energiesparmöglichkeiten zu informieren.
- Verbreitung von Energieeffizienz als einfacher Schritt in Richtung einer besseren Energie-Zukunft ohne Komforteinbussen mittels **Marketingmaßnahmen**, vor allem auch der Nutzung von social networks, zur Erreichung einer möglichst starken Breitenwirkung.

Modul 2: Gemeinden

Die Gemeinden stellen die unmittelbare Verbindung zur Bevölkerung dar und sind daher ein wichtiger Baustein zur Realisierung einer besseren Energie-Zukunft. Der Einflussbereich der kommunalen Entscheidungsträger ist dementsprechend direkter als das beim Land Niederösterreich möglich ist. Wie im Rahmen des vorliegenden Projektes bereits festgehalten wurde, ist der Multiplikatoreffekt von enormer Bedeutung zur Erreichung der Bevölkerung.

- Jede Gemeinde benötigt einen **Energie-Verantwortlichen** (z.B. Mitglied des Gemeinderates oder sonstiges aktives Gemeindemitglied). Für diese Tätigkeit ist eine Grundvoraussetzung, dass sich diese Multiplikatoren das notwendige Basiswissen aneignen (z.B. Energieberater A-Kurs, SonnenSchein-Akademie für kommunale Entscheidungsträger, ...). Dadurch wird eine kompetente Ansprechperson geschaffen, die sich im Bereich Energie gut auskennt, was derzeit häufig noch fehlt.
- Mit Unterstützung dieser Person werden **Informationsveranstaltungen** in den jeweiligen Gemeinden abgehalten, um die Bevölkerung vor der eigenen Haustür abzuholen und erstmals mit dem Thema Energieeffizienz vertraut zu machen. Bei diesen Vorträgen ist das oberste Ziel die Bewusstseinsbildung in der Bevölkerung.
- Die Gemeinden sind nicht mehr nur Veranstaltungsort, sondern vor allem auch aktive **Mitveranstalter**, die hinter der Veranstaltung stehen und die Bewerbung vorantreiben. Die Mundpropaganda ist dazu sicherlich ein essentielles Instrument.
- Diese lokalen Veranstaltungen dienen der ersten Motivation und vermitteln dann in der Folge die Möglichkeit **weiterführende Veranstaltungen** zu besuchen, die wiederum mit Vergünstigungen verbunden sind (vgl. Land Niederösterreich).
- Als geeignetes Mittel, um die Energiesituation für die Bevölkerung begreifbar zu machen, hat sich die **Energiedatenerhebung** erwiesen. Die Haushalte erhalten anhand der von ihnen getätigten Angaben eine Auswertung ihrer tatsächlichen Energieverbräuche. Nur wer sein persönliches „Energie-Konto“ kennt, fühlt sich selbst betroffen und erkennt den Handlungsbedarf.
- Bei der Vergabe von **Förderungen auf Gemeindeebene** muss sicher gestellt sein, dass klimarelevante Kriterien berücksichtigt werden. Diese sollten idealerweise eine optimale Ergänzung zu den Bundes- und Landesförderungen bilden.
- Die Gemeinden selbst müssen in **künftigen Energiekonzepten** vor allem die Bereiche Energieeffizienzsteigerung, Nutzung erneuerbarer Energie und Mobilität integrieren.
- **Gezielte Maßnahmen** müssen in den Gemeinden in den unterschiedlichen Bereichen umgesetzt werden: Ausbau von Ökostromanlagen, verstärkte

Nutzung der heimischen Biomasse, Effizienzsteigerung der öffentlichen Beleuchtung von Straßen und Gebäuden und Ähnliches mehr.

- Zur Herstellung einer aufgeklärten Bevölkerung dienen weitere Informationskampagnen mit **Exkursionen zu „Best practice“-Beispielen** (z.B. Großschönau, Japons, ...).

Modul 3: Wirtschaft (Firmen, Betriebe, ...)

Die Wirtschaft reagiert auf die Nachfrage der Endkunden. Fordern mehr aufgeklärte Personen die Verbreitung von energieeffizienten Technologien und Dienstleistungen, werden diese verstärkt am Markt angeboten und aufgrund des Gesetzes von Angebot und Nachfrage in der Folge kostengünstiger für die Kunden zu erwerben sein.

- Die heimische Wirtschaft wird von informierten Endkunden dazu aufgefordert, **qualitativ hochwertige Beratungen** anzubieten. Dazu bedarf es zielgruppenspezifischer Ausbildungen. Dadurch kann in der Folge durch geschultes Personal die Qualität auf der Baustelle gewährleistet werden.
- In Zukunft kommt der **Weiterbildung** aller am Bau beteiligten Akteure und Gewerke (Planer, Architekten, Handwerker, ...) eine immer stärkere Bedeutung zu. Sonnenplatz bietet in Kooperation mit BETZ Großschönau dazu schon spezifische Ausbildungsschienen an: Energieberater A-Kurs, zertifizierter Passivhaus-Planer und Passivhaus-Handwerker. Die wichtigsten Themen bei diesen Fortbildungen sind Energieeffizienz beim Bauen und Sanieren, Einsatz ökologischer Baustoffe und erneuerbarer Energieträger, effiziente Haustechnik sowie Qualitätssicherung und integrierte Planung.
- Als gemeinsame Aktion von Land, Gewerbe und Banken können **Gebäude modernisiert** werden. Einerseits schafft das Arbeitsplätze in den Regionen und andererseits modernen und leistbaren Wohnraum aufgrund verminderter Energiekosten.
- Die Wirtschaft muss finanzielle Anreize zur Entsorgung von ineffizienten Stromfressern (Kühlgeräte, Küchengeräte, Unterhaltungsmedien, Beleuchtungsmitteln) und zur Anschaffung effizienter Geräte (A++) schaffen. Zum Vergleich von energieeffizienten Geräten besteht bereits eine übersichtliche Internetplattform (www.topprodukte.at).

- In den Betrieben müssen energie- und klimarelevante Maßnahmen weiter forciert werden. Unterstützt wird dies beispielsweise durch die betrieblichen Umweltförderungen oder Auszeichnungen für innovative Vorzeigeprojekte.

Modul 4: Sanierer und Häuselbauer

In der Gruppe der Endkunden sollen aufgrund der Ausrichtung im vorliegenden Projekt in erster Linie Häuselbauer und Sanierer angesprochen werden.

- Die thermisch-energetische Sanierung des Gebäudebestands und der effiziente Neubau sind zentrale **Maßnahme zur Erreichung der niederösterreichischen Energie- und Klimaschutzziele**.
- Der Anteil der Bevölkerung, der von einer Sanierung betroffen ist, übersteigt den Anteil der Neubauten. Daher besteht hier auch enormes Potential zur **Verbesserung der Gebäudebilanz**, immerhin liegt der Durchschnitt mit 225 kWh/m²a immer noch sehr hoch.
- Dabei ist vor allem die **Qualität der Sanierung** wesentlich. Der Beitrag zur Reduktion der treibhausgasrelevanten Emissionen durch Gebäudesanierung ergibt sich aus dem Produkt von: Sanierungsrate x Sanierungsqualität. Jedes jetzt falsch oder schlecht sanierte Haus ist ein verlorenes Potential für die nächsten Jahrzehnte.
- Viele potentielle Sanierer werden von den hohen Kosten und den langen Laufzeiten für die geförderten Kredite abgeschreckt. In erster Linie sind ältere Personen von einer möglichen Sanierung betroffen, die sich aufgrund von fehlendem Eigenkapital nur mehr ungern einen Kredit auf einige Jahre aufnehmen, schließlich will keiner seinen Kindern Schulden hinterlassen. Daher ist es an der Zeit **Direktzuschüsse für Personen über 50 Jahre** anzubieten beziehungsweise die Laufzeiten bei Krediten ab einem gewissen Alter zu verkürzen.
- Viele potentielle Häuselbauer und Sanierer sind auf der Suche nach **firmenneutralen Informationen**, die bei der Planung des Eigenheims weiterhelfen ohne gleich Verkaufsgespräche abwehren zu müssen. Die Informationsflut ist nicht zuletzt durch die elektronischen Medien überwältigend geworden. Ziel muss die Einrichtung einer **zentralen Anlaufstelle** für alle relevanten Informationen rund ums Hausbauen sein. Diese kann beim Land Niederösterreich direkt oder einem anderen Anbieter

angelagert werden. Diese nützliche Vereinfachung der Materialsuche muss in der Folge entsprechend weitgreifend veröffentlicht werden.

- Durch **gezielte Aufklärungsarbeit** muss den angehenden Hauserrichtern die Angst vor energieeffizienten Baustandards genommen werden. Generell muss das Image „sich sein Haus selbst zu bauen“ durch die Gewissheit mit einem bis ins Detail geplanten Wohnhaus von bestausgebildeten Bauarbeitern und Handwerkern ein Qualitätsprodukt zu erwerben, dass für die Zukunft allen Wohnkomfort bietet, ersetzt werden.
- Auf jeder Baustelle ist bis zu einem gewissen Grad auch Eigenleistung möglich. Wer energieeffizient baut, sollte sich dazu im Vorfeld bei **Kursen und Lehrgängen** informieren, um möglich Baumängel zu kennen und diese daher zu vermeiden. Dazu ist ein weiterer Ausbau der Beratungs- und Weiterbildungsangebote für diese speziellen Zielgruppen noch erforderlich.
- Als Hilfestellung für die Häuselbauer und Sanierer werden **Angebote zur Qualitätssicherung** verbreitet (z.B. Checklisten, Bauüberwachung, ...).
- Gerade im Bereich Bauen und Sanieren ist der Bedarf an Beratungen sehr hoch. Nur durch die Gewährleistung der Verbreitung dieser Informationen kann eine entsprechende Nachfrage nach energetisch und ökologisch optimierten Gebäuden, die nach vorgegebenen Qualitätskriterien umgesetzt werden, erzeugt werden. **Medienkampagnen** informieren die Bevölkerung darüber, wie einfach es ist im eigenen Bereich Maßnahmen zur Energieeffizienz und somit zum Klimaschutz zu setzen. Die zentrale Botschaft muss dabei sein, dass besser und klimaverträglich zu leben kein Widerspruch ist. Die Bekanntheit der vorhandenen Angebote (z.B. Veranstaltungen, Beratungen, Wohnbauförderung, ...) muss weiter verstärkt werden.

3. Conclusio

Abschließend werden in diesem Kapitel einige wichtige Aussagen zusammengefasst wiedergegeben, die sich im Laufe des Projektes „Endkundenspezifische Motivforschung zur vermehrten/verstärkten Annahme von Weiterbildungsmaßnahmen im Bereich energieeffizientes und nachhaltiges Bauen und Sanieren – Überzeugen statt zwingen“ ergaben.

Die Ergebnisse und der Erfolg der in 15 niederösterreichischen Gemeinden organisierten und durchgeführten kostenlosen Informationsveranstaltungen zum Thema „energieeffizientes Bauen und Sanieren“ waren sehr stark vom Einsatz der jeweiligen Gemeinde abhängig. Die Besucherstärke schwankte zwischen 6 und 56 Teilnehmern. Die Befragung der Besucher ergab 389 ausgefüllte Fragebögen rund um deren Einschätzungen zu Weiterbildungsangeboten im Bereich energieeffizientes Bauen und Sanieren. Der typische Besucher der Vortragsabende war ein über 50 Jahre alter verheirateter Mann, der eine Lehre oder Fachschule abgeschlossen hat und in einem 2-Personen-Haushalt in seinem eigenen Einfamilienhaus lebt. Als größte Hemmnisse für die Inanspruchnahme von Weiterbildungsmaßnahmen kristallisierten sich die folgenden drei Faktoren heraus:

- zu große Entfernung
- zu hohe Kosten
- zu lange Dauer

Der typische Informationssuchende wünscht sich daher Weiterbildungsveranstaltungen, die idealerweise abends in der eigenen Gemeinde oder maximal im eigenen Bezirk abgehalten werden. Die ideale Weiterbildung dauert maximal 4 Stunden. Die Teilnahme ist kostenlos oder wird zumindest entsprechend gefördert. Als Referenten treten Experten auf dem Fachgebiet von der Energie-/Umweltberatung oder dem Land Niederösterreich auf. Zusätzlich werden die Unterlagen bereitgestellt, Praxisbeispiele gezeigt und eine Pausenverpflegung angeboten.

Aufgrund der vorliegenden Ergebnisse lassen sich folgende Punkte als unabdingbar für die Organisation und Durchführung von künftigen Weiterbildungsveranstaltungen ableiten:

- Die **Einbindung der Gemeinden** ist von großer Bedeutung. Die Gemeinden müssen Mitveranstalter sein und nicht bloß Veranstaltungsort.

- Die Nutzung des **Multiplikatoreffekts** ist die effektivste Bewerbung, da die Gemeindevertreter in ihrem Wirkungsbereich über persönliche Kontakte und Einflussbereiche in der Bevölkerung verfügen.
- Bereits informierte Personen zeigen ein stärkeres Interesse an Weiterbildungen. In der Bewerbung von dementsprechenden Kursangeboten ist es daher sinnvoll zuerst an eine bereits **motivierte Bevölkerungsgruppe** heranzutreten. Weitere Teile der Bevölkerung müssen zuvor in **regionalen Informationsveranstaltungen** sensibilisiert und mit dem Thema vertraut gemacht werden, um in der Folge Weiterbildungen erfolgreich anbieten zu können.
- Die **Einbindung der erforderlichen Stakeholder** (Land Niederösterreich, Gemeinden und Wirtschaft) ist notwendig, um die Zielgruppe der Häuselbauer und Sanierer mit Weiterbildungsangeboten im Bereich energieeffizientes Bauen und Sanieren erfolgreich anzusprechen.
- Weiters müssen verschiedene **Anreize geschaffen** werden, damit die potentiellen Teilnehmer neben dem persönlichen Wissensgewinn als Motivationsfaktor auch einen zusätzlichen Vorteil, beispielsweise einen höheren Fördersatz oder günstigere Konditionen bei Krediten, für sich nutzen können.

Abschließend kann festgehalten werden, dass die Bevölkerung für das Thema Energie vor allem dann zu begeistern ist, wenn die erste Sensibilisierung und Motivation möglichst vor der eigenen Haustür stattfinden kann. Jede informierte Person wird in der Folge selbst in gewissem Maße zu einem Multiplikator, der das neu erworbene Wissen an sein engstes Umfeld weitergibt. Langfristige Verhaltensänderungen zugunsten von Energieeffizienz und Nutzung erneuerbarer Energieträger können mittels gezielter Aufklärungsarbeit und wiederholter Impulse erreicht werden. Die Ausrichtung der Weiterbildungsangebote nach den Wünschen der potentiellen Teilnehmer garantiert deren Erfolg und die verstärkte Verbreitung von Energieeffizienz in Niederösterreich.