



Angewandte Linguistik


Carmen Koch
Nicole Rosenberger

Ganzheitliche Betrachtung, Vertrauen und Erfahrungsaustausch

Kommunikation mit Hauseigentümern über energetisches Sanieren

Working Papers
in Applied
Linguistics 17





Das Departement Angewandte Linguistik der ZHAW betreibt Angewandte Linguistik als transdisziplinär orientierte Sprachwissenschaft. Diese befasst sich mit den Problemen der realen Welt, in denen Sprache eine zentrale Rolle spielt. Sie identifiziert, analysiert und löst diese Probleme einerseits durch die Anwendung linguistischer Theorien, Methoden und Resultate, andererseits durch die Entwicklung neuer theoretischer und methodischer Ansätze.

In der Reihe *Working Papers in Applied Linguistics* publiziert das Departement Angewandte Linguistik der ZHAW Beiträge aus der eigenen Forschung.

Kontakt

ZHAW Angewandte Linguistik
IAM Institut für Angewandte Medienwissenschaft
Theaterstrasse 15c
8400 Winterthur
Schweiz

Carmen Koch
carmen.koch@zhaw.ch
Tel. +41 58 934 77 64

Nicole Rosenberger
nicole.rosenberger@zhaw.ch
Tel. +41 58 934 77 52

Das Forschungsprojekt «Zukunftsweisend sanieren: Wirkungsvolle Kommunikation mit Hauseigentümern» wurde von der Kommission für Technologie und Innovation (KTI) finanziell unterstützt.

Carmen Koch / Nicole Rosenberger 2019: Ganzheitliche Betrachtung, Vertrauen und Erfahrungsaustausch. Kommunikation mit Hauseigentümern über energetisches Sanieren. Winterthur: ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften. (*Working Papers in Applied Linguistics* 17).

DOI 10.21256/zhaw-3397 (<https://doi.org/10.21256/zhaw-3397>)

Inhalt

	Abstract.....	4
1	Einleitung.....	5
2	Einflussfaktoren auf Sanierungsentscheide.....	6
2.1	Handlungsmodelle.....	6
2.2	Barrieren für energetisches Sanieren.....	7
2.3	Verhaltens-Typologien.....	9
2.4	Fazit: Ansatzpunkte für die Optimierung der Kommunikation.....	10
3	Methoden der Teilstudien.....	12
4	Forschungsergebnisse.....	14
5	Fazit.....	20
6	Danksagung.....	22
	Abbildungs- und Tabellenverzeichnis.....	23
	Bibliographie.....	24
	Die Autorinnen.....	26

Abstract

Studien zeigen, dass es im Bereich Gebäude viel Energiesparpotenzial gibt. Dies gilt besonders für ältere Gebäude, deren Energieverbrauch durch eine energetische Sanierung deutlich gesenkt werden könnte. In der vorliegenden Studie wurde nach (kommunikativen) Herausforderungen und Hürden von privaten HauseigentümerInnen bei der Planung und Durchführung von Sanierungen, sowie nach Kommunikationsbedürfnissen und -Wünschen gefragt. Dafür wurden Leitfadengespräche mit Dienstleistern im Bereich Sanierung geführt sowie Daten im Rahmen von standardisierten Interviews und einer Fokusgruppen mit HausbesitzerInnen aus dem Grossraum Winterthur gesammelt. Die Studie zeigt, dass private HauseigentümerInnen grundsätzlich bereit wären nachhaltige Sanierungslösungen zu realisieren. Allerdings fühlen sie sich vom Informationsangebot insofern überfordert, als sie den Quellen teilweise nicht vertrauen und die Informationen sehr einseitig auf technische, finanzielle und ökologische Aspekte fokussieren. Eine auf die Bedürfnisse von HausbesitzerInnen ausgerichtete Kommunikation sollte viel stärker Hilfestellung bieten, um einerseits Umfang und Zeithorizont der verschiedenen Sanierungsbereiche bestimmter Gebäudetypen (Bausubstanz, Baujahr etc.) abschätzen und um andererseits die spezifische Lebenssituation in die Entscheidungsfindung einbeziehen zu können. Zudem sollte das Augenmerk vermehrt auf der Entwicklung von Plattformen und dem Ausbau von Beratungsstellen gelegt werden. Ermöglichen sollten diese nicht nur eine ganzheitliche Betrachtung der Sanierung, sondern darüber hinaus auch einen einfachen Zugang zu vertrauenswürdigen und erprobten Anbietern sowie einen Informations- und Erfahrungsaustausch unter HauseigentümerInnen, die sich mit Sanierungsfragen auseinandersetzen wollen.

Studies show a lot energy-saving potential for buildings. This is particularly true for older buildings, whose energy consumption could be significantly reduced by energetic renovation. The present study asked about (communicative) challenges and barriers of private house owners, as well as communication needs and wishes when planning and carrying out renovations. For this purpose, partially standardized interviews were conducted with service providers in the field of renovations, moreover data was collected within the framework of standardised interviews and a focus group with homeowners from the area of Winterthur. The study shows that private homeowners principally are open-minded to implement sustainable renovation solutions. However, they feel overwhelmed by the information on offer insofar as they partly do not trust the sources and the information focus very one-sidedly on technical, financial and ecological aspects. Communication oriented to the needs of homeowners should offer much greater assistance in assessing the scope and time horizon of the various refurbishment areas of certain building types (building fabric, year of construction, etc.) on the one hand, and in being able to include the specific life situation in the decision-making process on the other. In addition, more attention should be paid to the development and expansion of help desks and platforms that not only enable a holistic view of renovations, but also provide access to trustworthy and proven providers as well as an exchange of information and experience among homeowners who want to deal with renovation issues.

1 Einleitung

Der vorliegende Beitrag beschäftigt sich mit der Frage, welche Ansatzpunkte es für eine optimale Kommunikation mit privaten HauseigentümerInnen gibt, um energieeffizientes und energieschonendes Sanieren zu fördern, und bietet damit die Basis für weiterführende Studien. Im Sinne einer Vorstudie werden erste Thesen formuliert, das Themenfeld abgesteckt und Handlungsfelder identifiziert.

Das Problem liegt auf der Hand: Viele ältere Liegenschaften sind wahre «Energiefresser», insbesondere alte Ölheizungen und schlechte Isolierungen belasten die Umwelt und das Portemonnaie. Ein Blick in Schweizer Statistiken zeigt, wie gross das Einsparpotenzial beim Energieverbrauch ist, insbesondere im Bereich «Gebäude». Eine Studie des Eidgenössischen Departements für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation (UVEK 2017: 5) weist nach, dass im Jahr 2016 44% des Energieverbrauchs in der Schweiz auf Gebäude zurückgingen, wobei die Beheizung den grössten Anteil ausmachte. Beim gesamten Energieverbrauch privater Haushalte lag der Anteil der Raumwärme im Jahr 2016 bei 68%. Der wichtigste Energieträger zum Heizen ist in der Schweiz nach wie vor Heizöl: 41% der Wohnfläche werden mit diesem Energieträger beheizt. Mit Erdgas wird 26% der Fläche beheizt, gefolgt von Wärmepumpen (15%) und Holz (9%) (UVEK 2017: 40–44).

Die öffentliche Hand hat Fördersysteme für energieeffiziente Gebäudesanierungen entwickelt. Damit sich private HauseigentümerInnen für energetisch optimale Gebäudeisolationen und energieeffiziente Heizungen entscheiden, müssen einfach zugängliche, für Laien verständliche und deren Bedürfnisse berücksichtigende Kommunikationsangebote von Ämtern, Verbänden und Produktanbietern zur Verfügung stehen. Fehlen auf private HauseigentümerInnen zugeschnittene Kommunikationsangebote, wissen diese oftmals nicht, welche Optionen und Produkte es überhaupt gibt, und fühlen sich unter Umständen im Entscheidungsprozess überfordert. Dies kann dazu führen, dass sie ganz auf energieeffiziente Sanierungsmassnahmen verzichten. Was sind nun aber die kommunikativen Bedürfnisse und Wünsche, die Hürden und Hindernisse von privaten HauseigentümerInnen in der Schweiz, auf die wirksame Kommunikationsangebote reagieren sollten? Der vorliegende Beitrag gibt Einblick in die Ergebnisse einer Vorstudie dazu. Diese basiert auf einer standardisierten Befragung von HauseigentümerInnen, einem Fokusgruppengespräch mit privaten HausbesitzerInnen, sowie Experteninterviews mit einem Energieberater und Vertretern von Dienstleistungsunternehmen im Energiebereich.

Im ersten Teil (Kapitel 2) werden zur theoretischen Annäherung Handlungsmodelle skizziert, die aufzeigen, welche Faktoren Entscheidungen im Bereich nachhaltiges Sanieren beeinflussen können. Daran anschliessend wird der Forschungsstand bezüglich Sanierungs-Barrieren und daraus resultierenden Verhaltenstypen erläutert. Zum Abschluss werden die Forschungsfragen skizziert. Die Methoden der drei Teilstudien sind in Kapitel 3 dargelegt. Der Ergebnisüberblick folgt in Kapitel 4, wobei die aggregierten Erkenntnisse thematisch gebündelt beschrieben werden. Abschliessend werden in Kapitel 5 ein Fazit gezogen und Handlungsfelder identifiziert.

2 Einflussfaktoren auf Sanierungsentscheide

2.1 Handlungsmodelle

Sanierungen und die damit verbundenen, vorangehenden Investitionsentscheidungen sind komplexe Prozesse, bei denen viele Faktoren mitspielen. Dazu gehört u.a. die Informationsbeschaffung sowie die Planung und Entscheidung. Gemäss der «Theorie des geplanten Verhaltens» beeinflussen grundsätzlich drei Aspekte und deren Zusammenspiel die Verhaltensabsicht und, wenn sich die Gelegenheit ergibt, das konkrete menschliche Verhalten:

1. die erwarteten möglichen Konsequenzen des Verhaltens, welche zu einer günstigen oder ungünstigen Einstellung gegenüber dem Verhalten führen (Verhaltensüberzeugung)
2. die normativen Erwartungen anderer führen zu einem wahrgenommenen sozialen Druck bzw. einer subjektiven Norm (normative Überzeugungen)
3. Faktoren, welche das Verhalten vereinfachen oder erschweren, was zu einer wahrgenommenen Verhaltenskontrolle führt (Kontrollüberzeugungen) (Ajzen o.J., Ajzen 1991)

Für ihre umweltsychologischen Akteurmodelle übernehmen Montada/Kals (1998) und darauf aufbauend Sauerborn (2005) die von Ajzen in empirischen Studien belegte «Prädiktorqualität der Verhaltensintention» und die Unterscheidung zwischen Verhaltensabsicht und tatsächlichem Verhalten (Sauerborn 2005: 69). Kals (1996) fokussiert in seinem Modell auf die Verantwortung, wobei er zwischen «Verantwortungsbezogenen Kognitionen» und «Verantwortungsbezogenen Emotionen» unterscheidet, die sich beide sowohl auf die Verhaltensabsicht als auch auf das tatsächliche Verhalten auswirken. Die Umsetzung der Umweltschutz-Bereitschaft in umweltschützende Handlungen wird allerdings zusätzlich sowohl durch situative als auch durch soziale Kontextbedingungen beeinflusst (beschrieben nach Sauerborn 2005: 69f.). Sauerborns (2005) handlungstheoretisches Modell ist im Rahmen einer empirischen Studie zu Motiven und Handlungsbedingungen für ökologisches Bauen und Wohnen von privaten Bauherren entwickelt worden. Dabei unterscheidet er in Abgrenzung zu Kals (1996) die folgenden fünf Einflussfaktoren für die Bereitschaft umweltschützendes Verhalten von privaten Bau-Auftraggebern:

1. Verantwortungsbezogene Kognitionen (Gefahrenbewusstsein, Kontrollüberzeugungen, Verantwortungszuschreibung)
2. Verantwortungsbezogene Emotionen (Empörung, Ärger, Verbundenheit)
3. Handlungs- und Lösungswissen, Wirtschaftlichkeit (Kosten-Nutzen, Budget, Zahlungsbereitschaft), Wohnbedürfnisse (Grösse, Lage, Ausstattung, Ästhetik), Komplexität des Vorhabens
4. Ökologische Innovations- und Risikobereitschaft (persönliche Risikobereitschaft, konsultierte Quellen, wahrgenommene Überlegenheit von umweltschützenden Techniken, persönliche Innovationsfähigkeit)

5. Soziale und strukturelle Kontextbedingungen, z.B. rechtliche Rahmenbedingungen, sozialer Kontext (Sauerborn 2005: 110–126)

Auch in Sauerborns Modell beeinflussen die sozialen und strukturellen Bedingungen letztlich die Umsetzung der Bereitschaft zum Schutz der Umwelt in effektiv umweltschützendes Verhalten (Sauerborn 2005: 126).

2.2 Barrieren für energetisches Sanieren

Verschiedene Studien haben sich mit Barrieren im Hinblick auf energetisches Sanieren beschäftigt: Albrecht et al. (2010) sowie Neuhoff, Amecke, Novikova und Stelmakh (2011) haben quantitative Befragungen, Gigli (2008) und Stieß, Birzle-Harder und Deffner (2009), sowie Stieß (2012) qualitative Leitfadengespräche mit SaniererInnen bzw. HausbesitzerInnen in Deutschland durchgeführt. Saner, Hansmann, Trutnevyte und Scholz (2012) ihrerseits haben teilstandardisierte face-to-face Interviews mit HausbesitzerInnen in der Schweiz geführt und die Erkenntnisse von Burkhard/Wiencke (2015) beruhen auf einem Workshop mit ExpertInnen und PraktikerInnen der Bau- und Immobilienwirtschaft sowie beteiligten Behörden und Eigentümervertretern der Stadt Zürich (Burkhard und Wiencke 2015). Die Ergebnisse zeigen ein ziemlich einheitliches Bild bezüglich Gründen, die energetische Sanierungen von privaten HausbesitzerInnen erschweren oder gar verhindern. So lassen sich neben ökonomischen Faktoren vor allem auch psychologische und kommunikative Barrieren eruieren. Zudem zeigen diese Studien einen Einfluss von Umweltschutzbewusstsein und von Risiko- und Innovationsbereitschaft auf. Aus den erwähnten Studien ergeben sich Barrieren auf ganz unterschiedlichen Ebenen, wie nachfolgend aufgezeigt wird.

Entscheidungen für Sanierungen sind zum einen geprägt durch das *Involvement der HausbesitzerInnen*. So sind fehlendes Interesse und die fehlende Einsicht, dass eine Sanierung nötig ist, oft Hinderungsgründe (Albrecht et al 2010: 10). Deutlich wird in den Studien, dass die Lebensphase der EigentümerInnen eine Rolle spielt. Beim Sanieren geht es um langfristige Perspektiven und gerade ältere Leute tun sich deshalb schwer, Sanierungsentscheidungen zu treffen (Gigli 2008: 76, Albrecht et al 2010: 10). Ein anderer Faktor im Hinblick auf energetische Sanierungen ist, dass die Verantwortung für Umweltprobleme und -schutz anderen, mächtigeren Personen zugeschrieben wird und die eigenen Möglichkeiten als gering eingeschätzt werden (Kontrollüberzeugungen, Gigli 2008: 78).

Nebst baulichen und behördlichen Restriktionen (Stieß et al. 2009: 38) sind *ökonomische Faktoren* oft grundsätzlich entscheidend. Diese reichen von einem fehlenden finanziellen Spielraum (Albrecht et al. 2010: 10, Stieß et al. 2009: 38) über die Unsicherheit bezüglich der Höhe der Sanierungskosten (Burkhard und Wiencke 2015: 21) bis hin zu Unklarheiten, ob die Sanierung langfristig auch rentiert (Burkhard und Wiencke 2015: 18). Oftmals wird laut Gigli (2008: 76) dabei nicht berücksichtigt, dass Sanierungen auch zu einer Wertsteigerung führen.

Auf einer weiteren Ebene können *psychologische Faktoren* festgemacht werden, die Investitionsentscheide verhindern. Das fängt an bei der Zurückhaltung aufgrund des befürchteten Arbeits- und Zeitaufwands (Gigli 2008: 79, Albrecht et al. 2010: 10) und geht bis zum Gefühl der Überforderung: «Nicht jede/r Hausbesitzer/in fühlt sich einer umfassenderen Sanierung gewachsen» (Stieß et al. 2009: 40). Dazu kommt die Angst vor Bauschäden und Dreck (Albrecht et al. 2010: 10, Gigli 2008: 79, Stieß et al. 2009: 38). Ein wichtiger Aspekt ist ausserdem das oft fehlende Vertrauen in Anbieter und die damit verbundenen Ängste vor unseriösen Unternehmen. Hingegen vertraut man vor allem seinem sozialen Umfeld, was jedoch nicht immer förderlich ist, kommt es doch laut Neuhoff et al. (2011: 8) häufig zu falschen Beratungen durch Bekannte, Verwandte oder Nachbarn. Kostenpflichtige Vor-Ort-Energieberatungen wird Skepsis entgegen gebracht, und zwar bezüglich deren Unabhängigkeit und Kompetenz (Gigli 2008: 77). Sanierungsentscheidungen sind schliesslich auch von der *Risiko- und Innovationsbereitschaft* abhängig. Hier zeigen die Studien, dass gerade in Bezug auf nachhaltige Technologien oft Bedenken vorhanden sind, dass diese noch nicht ausgereift sein könnten (Stieß et al. 2009: 38-41, Albrecht et al. 2010: 10, Gigli 2008: 77).

Nicht minder relevant sind *kommunikative Faktoren*: Privaten Bauherren fehlen oft Informationen bezüglich der Frage, «ob, mit welcher Intensität und zu welchem Zeitpunkt saniert werden soll, wie sich unterschiedliche Sanierungsvarianten auf die Wirtschaftlichkeit bzw. auf die Rendite auswirken und wie konkret vorgegangen werden kann, damit möglichst kostengünstige Lösungen entstehen» (Gigli 2008: 77). Stieß et al. (2009: 38) stellen einen Gap zwischen Informationsüberflutung und Wissensdefiziten fest. Das bedeutet, dass den EigenheimbesitzerInnen zum einen das Wissen fehlt, um umfassende Sanierungsentscheide zu treffen. Auf der anderen Seite sind sie damit überfordert, sich angesichts der Fülle von Informationsangeboten zu orientieren.

Verschiedene AutorInnen zeigen sehr allgemein gehaltene Ansatzpunkte auf, wie einzelne Barrieren mit gezielter Informationsvermittlung abgebaut werden könnten (Neuhoff et al. 2011: 11). «Eine zentrale Aufgabe ist dabei die Vermittlung von Wissen. Zum einen als Abbau von Wissensdefiziten („Qualitätsunsicherheit“) aber auch, um einer drohenden Informationsüberlastung entgegenzuwirken, die durch widersprüchliche Informationen und Empfehlungen von Experten und Ratschlägen aus dem eigenen sozialen Umfeld entstehen kann. Ziel ist es, verdeckte Chancen aufzuzeigen und überschätzte objektive Hemmnisse zu relativieren. Sanierer sollen befähigt werden, vielfältigen Informationen auswählen und bewerten zu können» (Stieß 2012: 25). Kommunikationsmassnahmen können den privaten HausbesitzerInnen aber auch Wege zeigen, «um die richtigen, unabhängigen Fachleute zu finden und Prozesse zu delegieren» (Deffner, Stieß, und Reisenauer 2012: 6). Albrecht et al. (2010: 29–30) weist zudem auf die Notwendigkeit hin, dass die Kommunikation zwischen Akteuren während des Entscheidungsprozesses gefördert werden muss. Es braucht eine dialogische Kommunikation, um den aktuellen Stand (Stieß 2012: 24), Ziele und die Motive der EigenheimbesitzerInnen zu berücksichtigen (Albrecht et al. 2010: 29).

2.3 Verhaltens-Typologien

Albrecht et al. (2010) haben aus den verschiedenen Untersuchungen Typologien von Eigenheim-SaniererInnen abgeleitet. Die fünf definierten Sanierungs-Typen basieren auf einer deutschlandweiten repräsentativen Umfrage und unterscheiden sich bezüglich der Aufgeschlossenheit und der Sanierungsmotive der BesitzerInnen sowie der von ihnen genutzten Informationskanäle: (i) *Überzeugte Energiesparer* weisen eine hohe intrinsische Motivation und einen nachhaltigen Lebensstil auf. Energiesparen und Klimaschutz sind wichtige Sanierungsmotive, ebenso den Wert der Immobilie zu steigern, das Wohnklima zu verbessern und das Technikinteresse. Sie informieren sich kontinuierlich und intensiv bei verschiedenen Quellen, wie z.B. bei ihrem sozialen Netzwerk, im Internet, bei ExpertInnen und nutzen auch Energieberatungsangebote (rund die Hälfte). (ii) Für die *aufgeschlossenen Skeptiker* hat ihr Haus einen emotionalen Stellenwert und soll technisch auf dem neusten Stand sein. Sie sind offen für energetische Sanierungen, gleichzeitig aber verunsichert durch Vorurteile und Ängste. Bei Sanierungen geht es ihnen darum, den Wert des Hauses zu steigern, auf dem aktuellen technischen Stand zu sein, den Wohnkomfort zu verbessern und fürs Alter vorzusorgen. Sie informieren sich über ihr soziales Netzwerk, das Internet, ExpertInnen und nutzen häufig professionelle Energieberatungen. (iii) *Unreflektierte Instandhalter* haben einen geringen Bezug zu Sanierungen, aber auch kaum Vorbehalte. Ihre Entscheidungen zur Modernisierung fallen meist spontan als Reaktion auf aktuelle Probleme, entsprechend nutzen sie kaum Informationsquellen. Meist (bei zwei Dritteln) sind es Fachleute. (iv) Die *desinteressierten Unwilligen* hingegen haben starke Vorbehalte und Barrieren gegenüber energetischer Sanierung und sind schwer dafür zu motivieren. Es fehlt an Vertrauen in professionelle Beratung und sie sind generell wenig informiert. Gründe für Sanierungen wären das Haus zu verschönern, den Wert zu steigern und notwendige Instandhaltungsarbeiten durchzuführen. Anlaufstellen sind HandwerkerInnen, der Fachhandel und das eigene soziale Netzwerk. (v) Die *engagierten Wohnwertoptimierer* schliesslich wohnen meist in relativ neuen Häusern mit bereits hohem energetischen Standard. Optik und Ästhetik sind wichtig. Sie sanieren, um mehr Platz zu schaffen und das Haus zu verschönern. Ihre Informationen beziehen sie bei HandwerkerInnen, dem Fachhandeln und vereinzelt bei ArchitektInnen. (Albrecht et al. 2010: 14–18)

Studien zu Verhalten von Einzelpersonen im Bereich Energie sparen lassen sich nur eingeschränkt auf das Thema nachhaltiges Renovieren übertragen. Denn beim persönlichen Energieverbrauch geht es um habitualisierte Handlungen, während es sich bei Sanierungen um nicht alltägliche Entscheidungen von grosser Tragweite handelt. Die Studie von Hefner (2013) zu umweltschützendem Verhalten ist für diesen Beitrag aber insofern interessant, als unterschiedliche Umwelt-Typen herausgearbeitet worden sind und sich die zugrunde liegenden Variablen auch für die Einordnung von HauseigentümerInnen nutzen lassen. Die Typen beruhen auf den Merkmalen Wertemuster, Umweltsorge, subjektive Norm (Anpassung an Meinungen), Kontrollüberzeugungen (eigene Wirksamkeit, Zuschreibung von Verantwortung), Wissen und tatsächliches Verhalten (Hefner 2013: 390). In ihrer Befragung von 486 Personen erwiesen sich alle Merkmale als für die Clusteranalyse relevant.

Jeder Faktor trug entscheidend zur Typenbildung bei, so dass die sechs folgenden, gegeneinander abgrenzbaren Kategorien gebildet werden konnten: uninformierte Selbstlose, informierte Verzichtorientierte, unbesorgte Durchschnittsbürger, umweltbesorgte Fatalisten, unbedarfte Altruisten und Umweltegoisten. Jeder dieser Umwelt-Typen sollte nach Hefner (2013: 401) kommunikativ anders erreicht werden. Dies betrifft nicht nur unterschiedliche Kanäle und Kommunikationsgefässe, sondern auch die zu vermittelnde Botschaft.

2.4 Fazit: Ansatzpunkte für die Optimierung der Kommunikation

Wertet man die referierten Studien im Hinblick auf kommunikative Ansatzpunkte zur Beförderung von energetischen Sanierungen aus, so können Barrieren unterschieden werden, die über Kommunikation abgeschwächt werden können, und Hürden, die sich aufgrund des Kommunikationsangebot überhaupt erst ergeben: Über Kommunikation positiv zu beeinflussen sind einerseits Defizite von HauseigentümerInnen im Bereich Handlungswissen (Wann was sanieren? Wie wirkt sich das Sanieren auf den Wert der Liegenschaft aus). Andererseits geht es um die Vermittlung von Lösungswissen bezüglich Vorgehen, etwa der Suche nach der möglichst besten Sanierungslösung. Unter den primär kommunikativen Barrieren ist zum einen ein zu grosses, für Laien unübersichtliches Kommunikationsangebot zu nennen. Zum anderen stossen HauseigentümerInnen je nach Quelle auf widersprüchliche Informationen.

Die von Albrecht et.al. (2010) erarbeiteten Sanierungstypen (vgl. Kapitel 2.3.) weisen zudem darauf hin, dass das Informationsverhalten von HauseigentümerInnen einerseits durch ihre Einstellung zum Thema Energiesparen, andererseits durch ihr Sanierungsmotiv stark beeinflusst wird. So sind deutliche Unterschiede bezüglich des Zeitpunkts der Informationssuche als auch in Bezug auf die konsultierten Informationsquellen festzustellen. Grundsätzlich zeigen sich bei den Sanierungs-Typen zwei unterschiedliche Informationsmuster: während die «überzeugten Energiesparer» und die «aufgeschlossenen Skeptiker» primär auf das Internet, ihr soziales Netzwerk und auf ExpertInnen setzen, konsultieren «unreflektierte Instandhalter», «desinteressierte Unwillige» sowie «engagierte Wohnwertoptimierer» primär Anbieter von Lösungen, also HandwerkerInnen, Fachhandel und Fachleute.

In den meisten Studien wird deutlich, dass fehlendes Vertrauen in die Unabhängigkeit eines Informationsangebots oder in bestimmte Expertengruppen oder Anbieter Sanierungsentscheidungen verzögern und belasten. Vertrauen kann verstanden werden als «Erwartung» beziehungsweise als «bewusst gefällte Entscheidung zugunsten einer ... Handlungsermöglichung gegenüber einem Adressaten bezüglich einer bestimmten Kompetenz, Absicht, Leistung» (Hubig 2014: 354). Vertrauen ist damit eine «riskante Vorleistung» (Luhmann 2014: 27), die Komplexität reduziert und Handeln erst ermöglicht. Damit Vertrauen entstehen kann, müssen gemäss Mayer, Davis und Schoorman (1995) sowohl beim Vertrauensgeber – im vorliegenden Fall bei den privaten HauseigentümerInnen – als auch bei dem Vertrauensnehmer – einem Anbieter von Informationsangeboten und/oder Dienstleistungen respektive Produkten für Haussanierungen – bestimmte Faktoren vorhanden sein:

Dem Vertrauensnehmer müssen «Ability», «Benevolence» und «Integrity» zugeschrieben werden, damit er als «vertrauenswürdig» wahrgenommen wird. Beim Vertrauensgeber müssen Vertrauens- und Risikobereitschaft vorhanden sein, damit Vertrauen entstehen kann (Mayer et al. 1995: 715). Während unter «ability» die Fähigkeit und Kompetenz des Vertrauensnehmers im Hinblick auf die zu erwartende Leistung beurteilt wird, geht es bei der Bewertung der «integrity» um Werte wie Fairness, Ehrlichkeit, Transparenz und ganz generell um Glaubwürdigkeit. «Benevolence» schliesslich umfasst die Zuschreibung von Wohlwollen bzw. die Hilfsbereitschaft des Vertrauensnehmers gegenüber dem Vertrauensgeber. Vertrauen ist damit grundsätzlich auf Kommunikation angewiesen (Herger 2006: 41). Denn die Grundlage der Erwartungsbildung sind die Wahrnehmung des Adressaten sowie Informationen von ihm und über ihn.

Welche Relevanz diese verschiedenen Ansatzpunkte für die Kommunikation mit privaten HauseigentümerInnen in der Schweiz haben und welche kommunikativen Lösungen sich daraus ableiten lassen, wird sich in den nachfolgend präsentierten Ergebnissen zeigen.

Forschungsfragen

Die Vorstudie hat zum Ziel, möglichst konkrete Ansatzpunkte für eine wirkungsvolle Kommunikation mit privaten HauseigentümerInnen zu identifizieren. Damit soll die Grundlage für eine weiterführende, vertiefende Forschung gelegt werden. Folgende Fragen haben die Untersuchung angeleitet:

1. Wie und wo informieren sich HauseigentümerInnen über Investitionen in ihr Haus?
2. Mit welchen (kommunikativen) Barrieren bzw. Hürden sind HauseigentümerInnen konfrontiert, wenn sie (nachhaltige) Investitionen in ihr Haus tätigen?
3. Welche aufklärenden Massnahmen, welche Hilfestellungen sind nötig und sinnvoll?

Um diese Fragen zu beantworten ist es relevant, zuerst die Bereitschaft zu Sanierungen sowie mögliche Hindernisse zu eruieren. Erst dann lässt sich klären, wie die Kommunikation ausgerichtet sein muss.

3 Methoden der Teilstudien

Ausgehend vom Ziel, das Feld abzustecken, wurden verschiedene Perspektiven mit unterschiedlichen methodischen Instrumenten beleuchtet.

Ein **erstes Modul** umfasste Leitfadengespräche mit Experten im Bereich nachhaltiges Bauen. Ein *Experteninterview* mit dem Leiter der Abteilung «Energie und Technik» der Stadt Winterthur diente dazu, die für den Entscheidungsprozess und die Kommunikation relevanten Problemfelder zu identifizieren. Daran knüpften vier *Leitfadeninterviews mit Dienstleistern im Bereich nachhaltiges Bauen* an. Sie gaben unter anderem Auskunft zu Barrieren für nachhaltiges Bauen/Sanieren, sowie zu den Informationskanälen und -lücken ihrer Kunden. Als Grundlage für das Sampling galten die auf der Website «Energie bewegt Winterthur» aufgeführten Unternehmen. In der Auswahl wurde darauf geachtet, dass es einerseits Unternehmen sind, die Angebote im Bereich Nachhaltigkeit/«Energie sparen» haben, und andererseits Produkte anbieten, die Investitionen in die Liegenschaft als solche darstellen (z.B. Heizungen, Isolationen, nicht aber mobile Geräte wie z.B. Waschmaschinen, Kühlschränke oder Wassersparduschköpfe). Ferner wurden Unternehmen gewählt die ein breites Angebot haben. Insgesamt entsprachen neun Unternehmen diesen Kriterien. Befragt wurden vier dieser Anbieter, in drei Fällen wurde das Gespräch mit dem Geschäftsführer, in einem Fall mit dem Leiter der Abteilung «Erneuerbare Energien» geführt.

In einem **zweiten Modul** wurde eine *standardisierte Befragung* von HauseigentümerInnen durchgeführt. Sie diente einerseits dazu, Probanden für eine Fokusgruppe (Modul 3) zu rekrutieren, andererseits wurde «Umweltverhalten/-einstellung» und «Informationshürden» eruiert. In vier ausgewählten Quartieren der Stadt Winterthur führten studentischen Mitarbeitende 84 standardisierte Interviews gemäss den Regeln eines Random-Walks durch. Unter den Befragten waren Frauen und Männer etwa in gleichem Ausmass vertreten. Ausgewogen war das Verhältnis auch bei der Einschätzung der eigenen finanziellen Möglichkeiten: ähnlich viele gaben jeweils an, dass sie für neue Investition gar nicht, wenig, etwas bzw. stark sparen müssen. Mit 93% war ein Grossteil der Befragten über 40 Jahre alt. Fast die Hälfte (48%) gab an, eine Erdgasheizung zu haben, 35% eine Ölheizung und 13% eine Wärmepumpe. 49% haben die Heizung in den letzten zehn Jahren ersetzt, davon haben 39% den Heizungstyp gewechselt. Insgesamt gaben 25% an, in den letzten 10 Jahren keine Renovation getätigt zu haben.

Der Fragebogen umfasste vier Teilbereiche:

1. Demographische Fragen zu Person und Haushalt sowie Informationen zum Haus selbst wie Alter des Hauses, Heizungstyp und Zeitpunkt der letzten Renovation
2. Einstellungs-, Haltungs- und Verhaltensfragen bezüglich der Umwelt. Die Operationalisierung dieser Variablen erfolgte angelehnt an den Fragebogen von

Hefner (2013) sowie an jenen von Porten-Cheé, Arlt und Wolling (2013). Abgefragt wurden auf einer vierstufigen Likert-Skala Aussagen zu Umwelteinstellung (z.B. Ein höherer Strompreis ist in Ordnung, wenn damit der Ausbau nachhaltiger Energien gefördert wird.), zu Umweltsorge (z.B. ich bin über den fortschreitenden Klimawandel besorgt), zu Kontrollüberzeugungen (z.B. «Ich kann durch mein alltägliches Verhalten einen Beitrag zum Umweltschutz leisten») und zur subjektiven Norm («was andere von mir denken, ist mir wichtig»). Schliesslich wurde auch die Offenheit gegenüber neuen Technologien eruiert (z.B. «Bei grösseren Investitionen setzte ich auf Bewährtes»).

3. Kommunikationswege: Nachgefragt wurde, bei welchen Akteuren und in welchen Kanälen sich die Befragten zum Thema «Haussanierung» informieren und ob sie mit anderen den Austausch suchen.
4. Kommunikative Hindernisse/Herausforderungen: Wiederum auf einer vierstufigen Likert-Skala wurde die Zustimmung bzw. Ablehnung zu möglichen Hürden abgefragt, z.B. «Oft verstehe ich die technischen Details nicht, wenn es um Heizungen geht.», «Ich denke, ich habe einen guten Überblick über die verschiedenen Heizungstypen.» Oder: «Wenn ich nicht weiss, was etwas kostet, schreckt es mich ab, weitere Informationen einzuholen.» Die Operationalisierung basierte auf dem Experteninterview mit dem Leiter der Abteilung «Energie und Technik» der Stadt Winterthur.

Um die Erkenntnisse zu vertiefen wurde im Rahmen des **dritten Moduls** eine Auswahl der befragten HauseigentümerInnen zu einem Fokusgespräch eingeladen. Ziel des Fokusgruppengesprächs mit HauseigentümerInnen war es, mehr über mögliche (kommunikative) Hürden und Vorbehalte bezüglich nachhaltigem Bauen zu erfahren, sowie Entscheidungswege nachvollziehen zu können. Das Fokusgruppengespräch fand am 4. Mai 2017 in den Räumlichkeiten der ZHAW in Winterthur statt. Im Rahmen der standardisierten Interviews konnten sich rund 12 Personen die Teilnahme an einem Fokusgruppengespräch grundsätzlich vorstellen. Bei der finalen Auswahl der sechs TeilnehmerInnen wurde nebst der Terminfindung berücksichtigt, dass beide Geschlechter, jüngere und ältere Personen sowie BesitzerInnen von älteren und neueren Häusern vertreten waren. Diskutiert wurde entlang der folgenden thematischen Blöcke: (i) Themen, welche HausbesitzerInnen rund um das Eigenheim beschäftigen, (ii) Hürden beim Sanieren, (iii) Informationsquellen, die man als erstes konsultiert, und Informationsquellen, denen man vertraut, (iv) Informationsbarrieren und -lücken beim Sanieren, (v) Ideensammlung bezüglich Informationsangeboten. Im Rahmen des Fokusgruppengesprächs wurde mit Moderationskarten und Pinnwand gearbeitet, was sich als sehr fruchtbar erwies. Die Probanden schrieben jeweils Hürden, Informationsquellen und Informationsbarrieren/-lücken auf eine Karte und hefteten diese an die Pinnwand. In der anschliessenden Diskussion wurden die Hintergründe und Erfahrungen dazu erörtert und die Moderationskarten entsprechend gruppiert. Gemeinsam wurde anschliessend versucht, die entstandenen Cluster mit einem Titel zu benennen.

4 Forschungsergebnisse

Die Ergebnisse aus diesen drei Teilstudien sollen im Folgenden entlang von Themenfeldern, welche in der Analyse identifiziert wurden, trianguliert dargelegt werden.

Bereitschaft für Investition in nachhaltige Lösungen

Nachhaltigkeit liegt laut den befragten Experten im Trend, nicht zuletzt aufgrund der intensiven Umwelt- und Nachhaltigkeitsdiskussion auf politischer bzw. medialer Bühne. Die standardisierte Befragung bestätigt dies: 84% der befragten HauseigentümerInnen sind aufgrund des Klimawandels besorgt. 38% der Befragten schreiben die Verantwortung für den Zustand der Umwelt Managern und Politikern zu, je älter die Befragten sind desto eher (signifikant nach Chi-Quadrat $p=.005$). Trotzdem glauben nur wenige (8%) nicht daran, selber etwas zum Umweltschutz beisteuern zu können (*Kontrollüberzeugungen*). Vier Fünftel verteten entsprechend die *Einstellung*, dass Energiesparmöglichkeiten durch Wärmedämmung und Isolierglas genutzt werden sollten und würden einen höheren Strompreis für nachhaltige Energie zahlen. Allerdings war nur für die Hälfte jener, die in den vergangenen zehn Jahren renoviert haben, Nachhaltigkeit ein Thema (*Verhalten*). Dies mag unter anderem daran liegen, dass die *subjektive Norm*, sprich der soziale Druck, geringer ausgeprägt ist als erwartet: vier Fünftel sind gleichgültig gegenüber dem, was andere von ihnen denken. Ferner sind zwei Drittel der Befragten zurückhaltend gegenüber neuen Technologien und setzen eher auf Bewährtes. Ein Unterschied (signifikant nach Chi-Quadrat $p=0.048$) zeigt sich zwischen Männer und Frauen, wobei sich letztere deutlich innovationsfreudiger zeigen (80% der Männer bzw. 53% der Frauen setzen etwas oder stark auf Bewährtes). Die gefundenen signifikanten Zusammenhänge nach Kendalls Tau sind schwach, trotzdem deuten sie Richtungen an. So korreliert die Aussage «Es ist einfacher wieder die gleiche Heizung zu installieren als den Typ zu wechseln» negativ mit «ich kann durch mein alltägliches Verhalten einen Beitrag zum Umweltschutz leisten» ($t=-.403^{**}$), «Langfristig sind erneuerbare Energien billiger als Atomenergie» ($t=-.344^{**}$) und «ich finde es wichtig, dass die Energiesparmöglichkeiten durch Wärmedämmung und Isolierverglasung genutzt werden» ($t=-.308^{**}$). Damit zeichnet sich ab, dass ein umweltbewusstes Verhalten auch die Offenheit fördert, über neue Heizsysteme nachzudenken. Wer glaubt durch das eigene Verhalten einen Beitrag zum Umweltschutz leisten zu können, ist auch bereit zu investieren, sei es in eine neue Heizung oder in höhere Strompreise. Wer hingegen denkt, seine Möglichkeiten etwas für den Klimaschutz zu tun seien eingeschränkt bzw. der Klimaschutz liege in den Händen von Managern und Politikern, glaubt auch weniger an erneuerbare Energien, denkt es sei einfacher, wieder den gleichen Heizungstyp zu installieren und glaubt nicht, dass es grosse Unterschiede bei den Heizsystemen bezüglich Nachhaltigkeit gibt. Dies bestätigen die befragten Experten auch in den Leitfadengesprächen. Das Verständnis für die Wirkung umweltfreundlicher Lösungen fördert die Bereitschaft für eine Investition in nachhaltige Lösungen. Allerdings sei die Amortisationsdauer eine Bremse. Ebenfalls spiele die

Lebensphase, in der sich die HauseigentümerInnen befinden, eine zentrale Rolle. Gerade ältere Personen würden von Neuerungen absehen und diese den künftigen HausbesitzerInnen überlassen. Wie das Fokusgruppengespräch zeigt, beeinflusst aber auch das Alter des Hauses das Verhalten: Ist das Haus älter, orientiert man sich bei der Wahl einer neuen Heizung bevorzugt am Vorgängermodell.

(Informations-)Barrieren/Hürden und Herausforderungen

In allen Modulen wurden Herausforderungen und Barrieren/Hürden für nachhaltiges Verhalten abgefragt. Wie sich herausstellt, stehen erwartungsgemäss finanzielle Aspekte im Vordergrund. Dabei geht es um Fragen der Finanzierbarkeit, aber auch der politischen Entwicklung von Subventionierungen und der damit verbundenen Ungewissheit sowie der Amortisationsdauer. Daran schliessen direkt Herausforderungen an, die direkt oder indirekt kommunikativer Natur sind.

Den Status Quo zu überwinden ist laut Experten die grösste Hürde. Wenige bereiten sich proaktiv auf den Moment vor, in dem ein Ersatz nötig wird. Sie haben dann aber aufgrund der drängenden Zeit wenig Spielraum für Neues und für Recherchen bleibt nur wenig Zeit. «Menschen sind in der Komfortzone, sie sind zu träge. Sie suchen sich nicht unnötig zusätzliche Aufgaben und Herausforderungen. Sie sagen sich, so lange meine Heizung noch läuft, mache ich nichts. Allerdings ist es so, dass, wenn die Heizung dann einmal aussteigt, man auf die Schnelle nur wieder eine Ölheizung einbauen kann.» Bei diesen Personen braucht es mehr Überzeugungsarbeit für nachhaltige Lösungen. Die standardisierte Befragung bestätigt die Aussage: Eine grosse Mehrheit gibt an, sich dann mit dem Thema Heizung zu beschäftigen, wenn die bestehende defekt ist (76%).

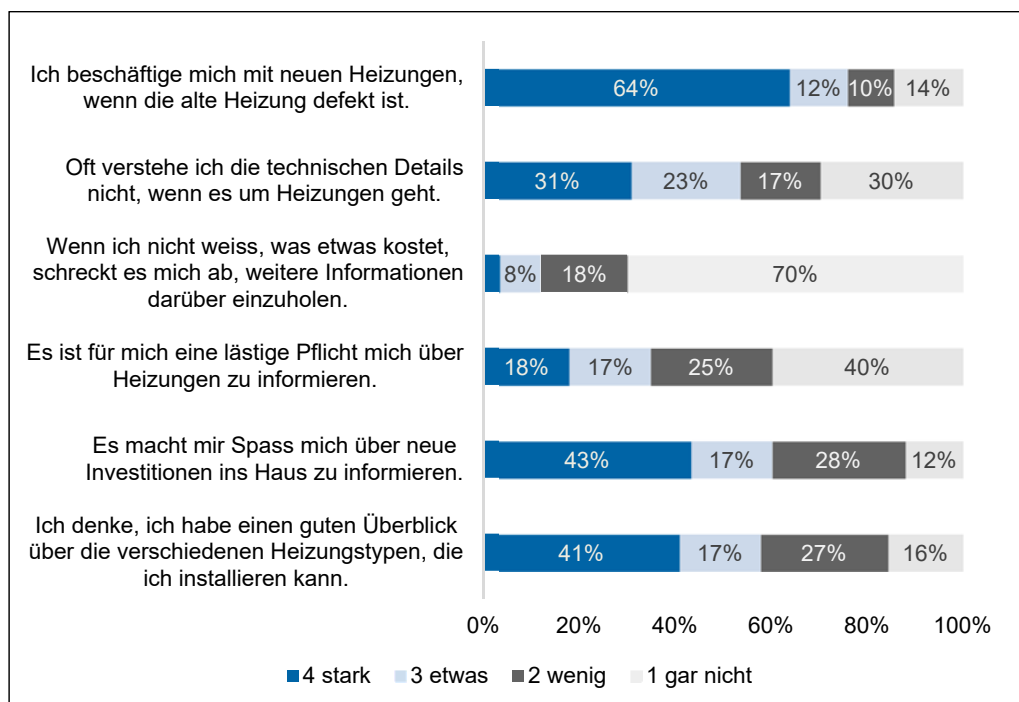


Abbildung 1: Sanierungs- und Informationsverhalten der befragten HauseigentümerInnen (N=91)

Knapp die Hälfte (48%) geben an, einen guten Überblick über verschiedene Heizungstypen zu haben. Sich damit auseinander zu setzen ist für 35% eine lästige Pflicht. Als Hürde erweist sich bei über der Hälfte der Befragten, dass sie mit den technischen Details überfordert sind. Personen mit Ölheizung unterscheiden sich hier von Befragten ohne Ölheizungen. Für erstere sind die Hürden signifikant grösser. Sie fühlen sich eher mit technischen Details überfordert, empfinden es eher als lästige Pflicht, sich über Heizungen zu informieren, und haben eine vergleichsweise geringere Übersicht über die verschiedenen Heizungstypen. Dies korreliert mit einem fehlenden Verständnis für technische Details ($t=-.417$). Auf der anderen Seite zeigt sich, dass HauseigentümerInnen, die angeben eine gute Übersicht zu haben, auch offener für neue Technologien ($t=.202$) und insgesamt umweltbewusster ($t=.3.67$) sind. Die Effektstärke ist signifikant, allerdings nicht sehr gross.

Die Überforderung in vielen Aspekten wird in der Fokusgruppe deutlich: Wie eigne ich mir das für eine fundierte Entscheidung notwendige Wissen bezüglich technischen Möglichkeiten an? Und: Welches Fachwissen benötige ich überhaupt? Dabei geht es auch um das Gefühl fähig zu sein, die richtigen Fragen zu stellen, um die benötigten Antworten zu bekommen: «Mit einem Haus, insbesondere bei einem Neubau, ist man mit sehr vielen Fragen konfrontiert»; «Fragen über Fragen» formulierte es ein Teilnehmer. Dazu kommt die Angst vom Gegenüber nicht verstanden zu werden, sprich seine Wünsche und Bedenken nicht formulieren zu können, nicht die richtigen Fragen zu stellen. Generell hinderlich wirken sich auch die oftmals für Laien nicht verständlichen Kommunikationsangebote aus, die zu stark auf technische Aspekte fokussieren und einen Vergleich, eine Einordnung und Bewertung der verschiedenen Lösungen erschweren. Es reicht nicht nur, die Informationen zu erhalten, sondern sie sollten auch bewertet werden können. Dies ist bei der grossen Produktvielfalt eine besondere Herausforderung: «Die Qual der Wahl, wie unterscheide ich zwischen einer Vielzahl alternativer Lösungsmöglichkeiten?», «Alle sagen, dass ihre Heizung die Beste sei.»

Informationsverhalten und Vertrauenswürdigkeit von Informationsquellen

Ein Drittel spricht regelmässig, 46% ab und zu mit anderen über Themen rund um das Haus und Renovation. Männer tun dies signifikant häufiger als Frauen (63% vs. 30% regelmässig/selten, Chi-Quadrat $p=0.001$).

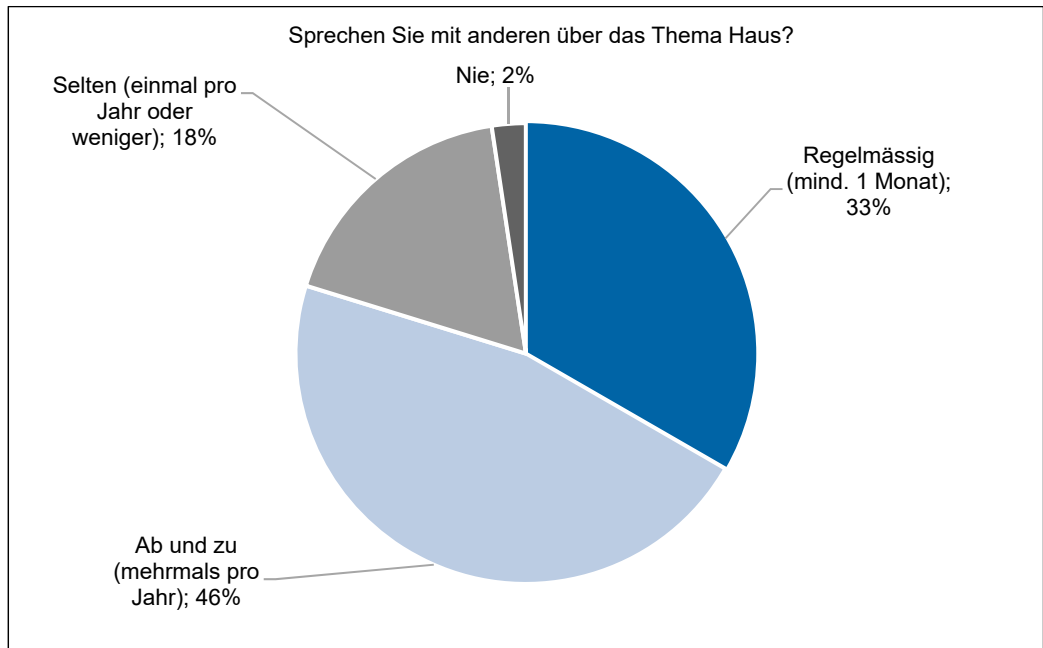


Abbildung 2: Kommunikation zum Thema Haus, Heizung und Renovation (N=91)

Wichtige, als vertrauenswürdig wahrgenommene Akteure bei der Informationssuche sind Bekannte und Verwandte wie 65% der Befragten vermerken. In der Fokusgruppe wird deutlich, dass es dabei nicht um deren Kompetenzen geht, sondern dass das Vertrauen in sie grundsätzlich sehr gross ist.

Um sich einen ersten Überblick zu verschaffen, nutzen drei Viertel der HauseigentümerInnen unter 64 Jahren in erster Linie das Internet. Wie das Fokusgruppengespräch zeigt, wird dabei unabhängig von möglichen Absendern gesucht. Es werden vielfältige Informationen zusammengetragen, um eine erste Übersicht zu gewinnen. Allerdings wird mehrheitlich an der Unabhängigkeit von Internetquellen gezweifelt. Diese werden entsprechend als wenig vertrauenswürdig wahrgenommen. Eine Ausnahme sind hier die Webseiten von öffentlichen Stellen wie beispielsweise dem Bund. Der Internetauftritt von Anbietern wird genutzt, um Unternehmen und deren Adressen zu finden, damit sie kontaktiert werden können. Ob man den Auftrag dann an den kontaktierten Anbieter vergibt, hängt davon ab, was man im Internet an Referenzprojekten gesehen hat und ob man sich vom Anbieter verstanden fühlt. In der standardisierten Befragung zeigt sich, dass für jeden dritten Teilnehmenden ArchitektInnen sowie bei 27% HeizungsmonteurInnen/InstallateurInnen/HandwerkerInnen bedeutende Anlaufstellen sind, um sich zu informieren. Das Fokusgruppengespräch macht aber deutlich, dass eine grosse Hemmschwelle besteht, Offerten einzuholen. Zum einen will man die HandwerkerInnen und ArchitektInnen nicht unnötig mit Offerten belasten, wenn noch nicht ganz klar ist, in welche Richtung es gehen soll. Zum anderen können die Offerten oftmals nicht beurteilt werden, da sie tendenziell sehr einseitig auf Produkt und Preis fokussiert sind.

Im Fokusgruppengespräch wird ferner deutlich, dass – auch aufgrund bisheriger Erfahrung – wenig Vertrauen da ist: «Da wurden wir von der Bauherrschaft falsch

beraten. Man ist mit so vielen Themen einfach überfordert, wir hätten eigentlich ein anderes System gebraucht, aber das wurde nicht angeboten.» Trotzdem müsse man schliesslich vertrauen: «Wenn man niemanden kennt, der schon mit jemandem [Handwerker oder Dienstleister/ck] Erfahrung gemacht hat, ist es immer ein Stück weit ein Risiko, ein Vertrauensvorschuss». Oder: «Man muss irgendjemandem einfach mal vertrauen, wie wenn man zum Arzt geht.» Hier zeigt sich ein in den Augen der Gesprächsteilnehmenden unauflösbares Dilemma: obwohl die Unabhängigkeit von HandwerkerInnen und ArchitektInnen angezweifelt wird, ist man auf sie angewiesen und kommt nicht an ihnen vorbei. Denn es sind gerade die Personen, die das benötigte Fachwissen mitbringen und die Situation einschätzen können, etwas, was sich die HausbesitzerInnen nicht zutrauen. «Wenn man neu kauft, gibt es so viele Themen, bei denen man einfach vertrauen muss». Wenn diese Abhängigkeit zu einer ungenügenden Lösung führt, entsteht ein Gefühl von Ohnmacht. Empfehlungen werden entsprechend entgegengenommen, aber über Gespräche mit Bekannten und Recherchen im Internet abgesichert.

Wunsch nach Einordnung und unabhängiger Beratung

Ein wichtiger Aspekt bei der Informationsbeschaffung ist die kompetente und vertrauenswürdige Einordnung der Informationen durch den Bereitsteller, seien dies die öffentliche Hand, Verbände wie der Hauseigentümergebieterverband oder Medien wie beispielsweise Konsumentenzeitschriften. Solange keine zuverlässige Einschätzung vorhanden ist bzw. die Information nicht von den richtigen Stellen zur Verfügung gestellt wird, kann Überforderung auftreten und der Aufbau von Vertrauen in nachhaltige Sanierungslösungen behindert werden.

Zudem sind BeraterInnen wichtig, das bestätigen Experten wie FokusgruppenteilnehmerInnen. In diesem Sinne wird von EnergieberaterInnen gefordert, dass diese die InteressentInnen nicht nur in eine nachhaltige Richtung lenken, sondern diese dabei auch im Hinblick auf die im spezifischen Einzelfall richtigen Lösungen kompetent beraten. Zudem müssen sie in der Lage sein, konkret vorzurechnen, dass und inwiefern es sich lohnt, nachhaltig zu bauen. In der Ausbildung von Fachleuten sollte verstärkt auf Nachhaltigkeit fokussiert werden.

Am liebsten hätten die TeilnehmerInnen eine unabhängige Fachstelle, bei der man sich informieren kann. Ideal wäre, wenn es sich dabei um eine kostenlose Dienstleistung handeln würde. Es besteht aber durchaus auch die Bereitschaft, etwas dafür zu bezahlen. Die Stelle müsste für Anfragen verschiedenster Art gerüstet sein. So fühlen sich HauseigentümerInnen dabei überfordert, Investitionsentscheidungen zu treffen, die ihrer persönlichen Lebenssituation (Lebensphase der Besitzer, Alter und Zustand des Hauses, Pläne betreffend zukünftiger Besitzer, derzeitige und zukünftige finanzielle Möglichkeiten) und ihrer Einstellung bezüglich Umweltfragen entsprechen. Eine Fachstelle sollte eine ganzheitliche Beratung vornehmen, sprich nebst technischen, ökologischen und finanziellen auch die spezifische Situation des Hauses sowie die Lebenssituation und -phase der HauseigentümerInnen berücksichtigen.

Gewünscht wird in der Fokusgruppe auch eine Stelle, «die nichts anderes macht als zu vermitteln. » Diese müsste aufzeigen, welche Möglichkeiten es überhaupt gibt und wohin man sich wenden kann. Sie könnte auch Kontakte zu anderen Bauherren vermitteln, um Erfahrungswissen auszutauschen: «Gelegenheit mit privaten Bauherren zu reden, die das schon gemacht haben.» Allerdings müssten Personen vermittelt werden, die das Sanierungsprojekt bereits vor einiger Zeit umgesetzt haben, damit sie auch langfristige Erfahrungen teilen können. Schliesslich wird erwähnt, dass eine im Internet zugängliche Bewertungsplattform für HandwerkerInnen und für spezifische Produkte für die Entscheidungsfindung hilfreich wäre. Allerdings müsste verifiziert sein, dass die Bewertungen unabhängig, sprich nicht gekauft sind.

Insgesamt lässt sich festhalten, dass die Förderung von nachhaltigem Bauen auf (noch mehr) Kommunikation angewiesen ist, welche den Abbau der Barrieren und das Schliessen der Wissenslücken gezielt unterstützt. Dies ist umso zentraler, als dass die Diskrepanz zwischen den Möglichkeiten und dem Wissen um diese Möglichkeiten aus Sicht der Befragten immer grösser wird.

5 Fazit

Die Studie zeigt in allen drei Modulen, dass die HauseigentümerInnen durchaus für Nachhaltigkeitsfragen sensibilisiert sind. Allerdings wird diese Bereitschaft oft nicht in die Tat umgesetzt. Die Gründe dafür sind mannigfaltig. Wichtig scheint aber, dass es bei Investitionen ins eigene Haus meist um grosse Entscheidungen geht. Dies mag ein zentraler Grund sein für die Zurückhaltung, insbesondere gegenüber innovativen Technologien, welche im Bereich nachhaltiges Sanieren angeboten werden. Setzt man auf altbewährte Anlagen und Verfahren, dann ist man auf der sicheren Seite. Hinzu kommt, dass man sich – obwohl das Thema Haus ein regelmässiges Gesprächsthema ist – kaum langfristig mit Sanierungsmöglichkeiten beschäftigt. So müssen die Entscheidungen dann jeweils sehr rasch und unter Zugzwang gefällt werden. Das fehlende Fachwissen ist ein zentraler Aspekt: es fehlt an Zeit und Musse, sich dieses Fachwissen anzueignen, aber genauso am technischen Verständnis und an den fehlenden Informationsangeboten, die Sanierungsfragen ganzheitlich betrachten.

Vertrauen ist der wichtigste Faktor, wenn es um Haussanierung geht. Das Internet ist eine bedeutende Informationsquelle, mehr aber für initiale als für abschliessende Information – weil oftmals das Vertrauen fehlt. Vertrauen entsteht vor allem über unabhängige Plattformen von vertrauenswürdigen Absendern oder über persönliche Kontakte. Allerdings sind HauseigentümerInnen kritisch und vergeben den Vertrauensvorschuss, den sie zwangsläufig HandwerkerInnen und ArchitektInnen vergeben müssen, nur ungern. So steht der Wunsch nach unabhängigen Beratungsstellen, nach dem direkten Austausch mit anderen Bauherren sowie nach Bewertungsplattformen/Rankinglisten ganz oben auf der Liste. Das Interesse an übergeordneten Informationsplattformen, die Bewertungen von Unternehmen und Produkten erlauben, ist da.

Es zeigt sich deutlich, dass die Kommunikation von den Bedürfnissen der HausbesitzerInnen ausgehen und diese ins Zentrum stellen muss. Für sie steht der Werterhalt der Immobilie an oberster Stelle. Entsprechend interessieren sie sich nicht primär für ökologisch optimales Bauen/Sanieren, sondern für das wertorientierte Entwicklungspotenzial ihrer Liegenschaft. Somit ist eine ganzheitliche Kommunikation anzustreben, die frühzeitig für Sanierungsfragen sensibilisiert und den Lebenszyklus des Hauses ebenso berücksichtigt wie technische und ökologische Aspekte. Es geht darum, die individuelle Lebenssituation der HauseigentümerInnen mit der spezifischen Lebensphase der Immobilie zu kombinieren und eine darauf abgestimmte Kommunikation zu entwickeln.

Handlungsfelder

Die vorliegende Studie hat Hürden und Herausforderungen identifiziert. Vielversprechend wäre eine umfangreichere, repräsentative quantitativ-standardisierte Befragung zur Bildung von HauseigentümerInnen-Typologien bezüglich deren Informationsverhalten in Sanierungsfragen. Bereits die Studie von Hefner (2013)

zeigt, dass verschiedene Umwelttypen herausgearbeitet werden können, deren Ansprache je nach Typ über unterschiedliche Kanäle und Botschaften erfolgsversprechend ist. Eine entsprechende Typologie für HauseigentümerInnen, welche deren spezifische Lebenssituation berücksichtigt, würde gezielte Kommunikationsmassnahmen ermöglichen. Anschliessend könnten für die gefunden Typen Informationsangebote entwickelt werden, die für die jeweiligen Segmente ansprechend sind.

6 Danksagung

Wir möchten uns bei der Kommission für Technologie und Innovation (KTI) für die finanzielle Förderung des Projekts, sowie beim Netzwerk Nachhaltiges Bauen Schweiz für die gute Zusammenarbeit bedanken. Ein herzliches Dankeschön geht auch an unsere zahlreichen InterviewpartnerInnen für Ihre Bereitschaft und Offenheit.

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Abb. 1:	Sanierungs- und Informationsverhalten der befragten HauseigentümerInnen.....	15
Abb. 2:	Kommunikation zum Thema Haus, Heizung und Renovation	17

Bibliographie

- Ajzen, Icek [o.J.]**: Constructing a Theory of Planned Behavior. TPB questionnaire construction. <http://people.umass.edu/ajzen/tpb.measurement.pdf>. (30.3.2018)
- Ajzen, Icek [1991]**: The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50: 179–211.
- Albrecht, Tanja/Deffner, Jutta/ Dunkelberg, Elisa/Hirschl, Bernd/van der Land, Victoria/ Stiess, Imanuel/Zundel, Stefan [2010]**: Zum Sanieren Motivieren: Eigenheimbesitzer zielgerichtet für eine energetische Sanierung gewinnen. Projektverbund ENEF-Haus. <https://www.isoe.de/uploads/media/zum-sanieren-motivieren-2010.pdf> (10.11.2017)
- Burkhard, Hans-Peter, Wiencke, Andreas [2015]**: Lösungsansätze zum Abbau von Hemmnissen für energetische Erneuerungen von Gebäuden: Forschungsbericht FP-2.2.4. Energieforschung der Stadt Zürich. Ein ewz-Beitrag zur 2000-Watt Gesellschaft. In: https://www.energieforschung-zuerich.ch/fileadmin/berichte/Bericht_Loesungsansaeetze_FP-2.2.4.pdf (10.11.2017)
- Deffner, Jutta/Stiess, Imanuel/Reisenauer, Sylke [2012]**: Neue Wege in der Kommunikation energetischer Sanierung für Eigenheimbesitzer/innen: Konzeptbausteine für eine integrierte Kommunikations- und Marketingstrategie mit dem Schwerpunkt auf dialogische Massnahmen. IOSE-Studientexte. Institut für sozial-ökologische Forschung. In: <https://www.isoe.de/uploads/media/st-19-isoe-2012.pdf> (10.11.2017)
- Gigli, Michaela [2008]**: Erfolgsfaktoren und Barrieren der Realisierung von energetischen Sanierungen durch Eigenheimbesitzer: Nachhaltiger Energiekonsum als Beitrag zum Klimaschutz. Diplomarbeit, Universität Trier Heidelberg.
- Hefner, Dorothée [2013]**: Wie kriegen wir sie ins Boot? Eine Typologie zur Entwicklung von Kommunikationsstrategien zur Förderung umweltschützenden Verhaltens. *Medien & Kommunikationswissenschaft* 61: 387–405.
- Herger, Nikodemus [2006]**: Vertrauen und Organisationskommunikation: Identität - Marke - Image – Reputation. VS Verlag für Sozialwissenschaften / GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden.
- Hubig, Christoph [2014]**: Vertrauen und Glaubwürdigkeit als konstituierende Elemente der Unternehmenskommunikation. In: *Zerfass Ansgar, Piwinger Manfred (Hg.), Handbuch Unternehmenskommunikation: Strategie - Management – Wertschöpfung [2. Auflage]* Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Kals, Elisabeth [1996]**: Verantwortliches Umweltverhalten: Umweltschützende Entscheidungen erklären und fördern. *Umweltpsychologie in Forschung und Praxis*. Weinheim: Beltz.
- Luhmann, Niklas [2014]**: Vertrauen: Ein Mechanismus der Reduktion sozialer Komplexität [5. Auflage]. Konstanz, Stuttgart: UVK-Verl.-Ges; UTB.
- Mayer, Roger/Davis, James/Schoorman, F. David [1995]**: An Integrative Model of Organizational Trust. *The Academy of Management Review* 20: 709-734.
- Montada, Leo/Kals, Elisabeth [1998]**: A theory of "willingness for continued responsible commitment": Research examples from the fields of pollution control and health protection. *Berichte aus der Arbeitsgruppe "Verantwortung, Gerechtigkeit, Moral"; 114*. In: <http://hdl.handle.net/20.500.11780/411>. (10.2.2018)
- Neuhoff, Karsten/Amecke, Hermann/Novikova, Aleksandra/Stelmakh, Kateryna [2011]**: Energetische Sanierung: Handlungsbedarf auf vielen Ebenen. *DIW Wochenbericht* 78: 2-12. In: <http://hdl.handle.net/10419/152182> (20.9.2018)
- Porten-Cheé, Pablo/Arlt, Dorothée/ Wolling, Jens [2013]**: Informationssuche zwischen Energiepolitik und Energiespartipps. Einstellungs-Verhaltens-Relationen als Erklärungsfaktoren der aktiven Suche nach energiebezogenen Informationen. *Medien & Kommunikationswissenschaft* 61, 183–201.
- Saner, Dominik/Hansmann, Ralph/Trutnevyte, Evelina/Scholz Roland W, [2012]**: Why Some Homeowners Energetically Renovate and Others Do Not – The Case of Herisau (AR): NSSI Working paper 47. Zürich: ETH Zürich.
- Sauerborn, Klaus [2005]**: Motive und Handlungsbedingungen für ein ökologisches Bauen und Wohnen: Eine handlungstheoretische Erklärung und empirische Untersuchung für die Akteurgruppe der privaten Bauherren. Dissertation. *Studien zur Umweltpsychologie [2. Auflage]* Hamburg: Kovač.
- Stiess, Immanuel [2012]**: Wie können potenzielle Sanierer von Eigenheimen angesprochen werden? *Ökologisches Wirtschaften - Fachzeitschrift* 27: 24-26.

- Stiess, Imanuel/Birzle-Harder, Barbara/Deffner, Jutta [2009]:** „So ein Haus ist auch die Sparkasse von einem“: Motive und Barrieren von Eigenheimbesitzerinnen und -besitzern gegenüber einer energieeffizienten Sanierung: Ergebnisse einer qualitativen Untersuchung. In: https://www.ioew.de/uploads/tx_ukioewdb/Energieberatung_f%C3%BCr_Eigenheimbesitzer_innen.pdf. (30.3.2018)
- UVEK [2017]:** Analyse des schweizerischen Energieverbrauchs 2000 - 2016 nach Verwendungszwecken. Bundesamt für Energie BFE. In: http://www.bfe.admin.ch/themen/00526/00541/00542/02167/index.html?lang=de&dossier_id=02169. Gesehen am 1. September 2018 (30.3.2018)

Die Autorinnen



Carmen Koch ist Dozentin, Forscherin und Koordinatorin für Forschung, Entwicklung und Beratung am Institut für Angewandte Medienwissenschaft der ZHAW.
www.zhaw.ch/=koca



Nicole Rosenberger ist Professorin und Leiterin des Forschungs- und Arbeitsbereichs «Organisationskommunikation und Management» am Institut für Angewandte Medienwissenschaft der ZHAW.
www.zhaw.ch/=roni