Evaluation der Aktion „Energiekarawane“

Auswertung der telefonischen Befragung von Viernheimer Bürgerinnen und Bürgern

Im Auftrag des Brundtlandbüros
der Stadt Viernheim

Juli 2009

Dipl. Soz.-Wis. Susanne Lörx
Friedrichsstraße 12
34117 Kassel
Tel. 0561-970 50 14
Fax 0561-970 50 15
email@loerx-projektservice.de
www.loerx-projektservice.de

Ziele und methodisches Vorgehen der Befragung

Die Stadt Viernheim führte im Mai 2009 die Aktion „Energiekarawane“ durch. In deren Rahmen wurde BürgerInnen des Stadtteils um den Siedlerplatz direkt an der Haustür Energieberatung angeboten. Zehn EnergieberaterInnen, die eigens in einem ein eintägigen Kommunikationstraining geschult worden waren, suchten nach Ankündigung über Presse, Postwurfsendung und öffentlichkeitswirksame Aktionen die Haushalte auf. Von insgesamt möglichen ca. 470 Haushalten erhielten ca. 140 eine Beratung. Die Gespräche dauerten zwischen 5 und 90 Minuten.

Die Aktion wurde gemeinsam mit den EnergieberaterInnen auf einem Workshop ausgewertet. Zusätzlich wollten die Projektverantwortlichen der Stadt die Perspektive der BürgerInnen kennen lernen, die beraten worden sind: Wie beurteilen sie die Aktion und das Gespräch? Werden sie auf Grund des Gesprächs Maßnahmen realisieren? Nicht weniger interessant sind auch diejenigen, die ein kostenloses Beratungsgespräch ablehnten: Was sind die Gründe dafür? Und wie beurteilt diese Gruppe die Aktion grundsätzlich?

Dazu wurde eine telefonische Befragung mit größtenteils standardisierten Fragen durchgeführt. Die Interviews wurden in einem Brief des Bürgermeisters angekündigt. Die telefonischen Interviews wurden von StudentInnen nach einer Einweisung durch Susanne Lörx geführt und protokolliert.

Es standen Listen mit Namen, Adressen und Telefonnummern von BürgerInnen, die beraten wurden und solchen, die ein Beratungsgespräch im Kontakt mit einem Berater abgelehnt hatten, zur Verfügung. Aus den Listen ging darüber hinaus der Berater und ggf. die Länge des Beratungsgesprächs nach Angaben des Beraters hervor. Nach den vorliegenden Daten wären 73 Interviews mit Personen möglich gewesen, die beraten wurden. Davon konnten 32 realisiert werden. 12 Personen, die erreicht wurden, wollten sich nicht interviewen lassen, 20 wurden nicht erreicht. Weitere 9 Befragte gaben an, in ihrem Haushalt hätte entgegen der Angaben des Beraters niemand eine Beratung erhalten (vgl. Abb. 1). Mit den 32 Befragten erreichten wir ca. 23% aller 140 Haushalte, die eine Energieberatung erhalten hatten.

Außerdem lagen uns 42 gültige Adressen und Telefonnummern von Haushalten vor, die ein Beratungsgespräch aktiv abgelehnt hatten. Davon konnten wir 21 Interviews – also die Hälfte - realisieren (vgl. Abb. 2). Darin spiegelt sich wider, dass die Aktion auch bei vielen der Gruppe, die sich nicht beraten lassen wollte, durchaus auf Akzeptanz stößt. Das wird durch die Befragungsergebnisse belegt (s.u.).

Im Folgenden werden die Interviewergebnisse an Hand kommentierter Grafiken erläutert.

Abb. 1

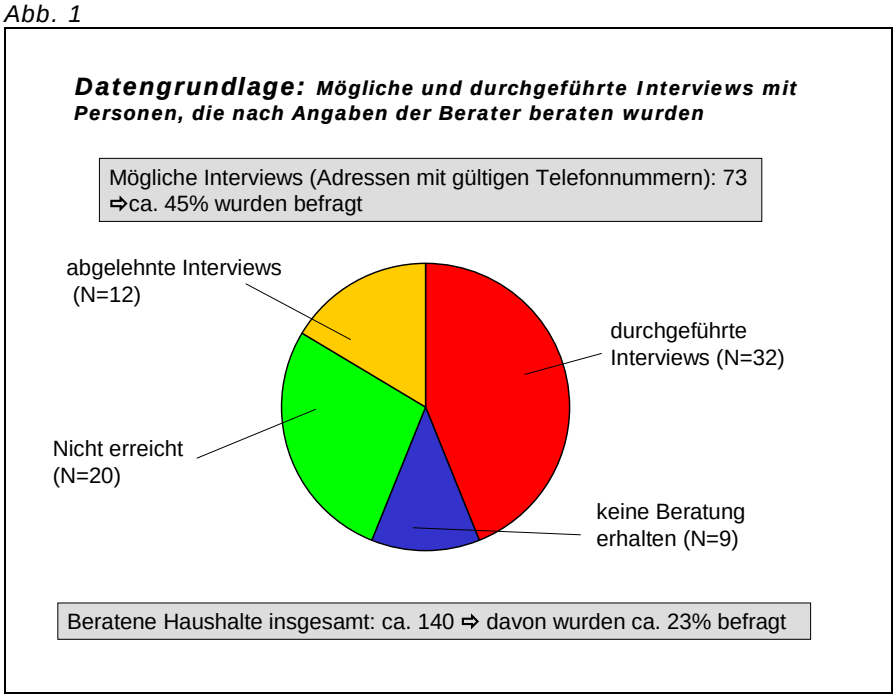
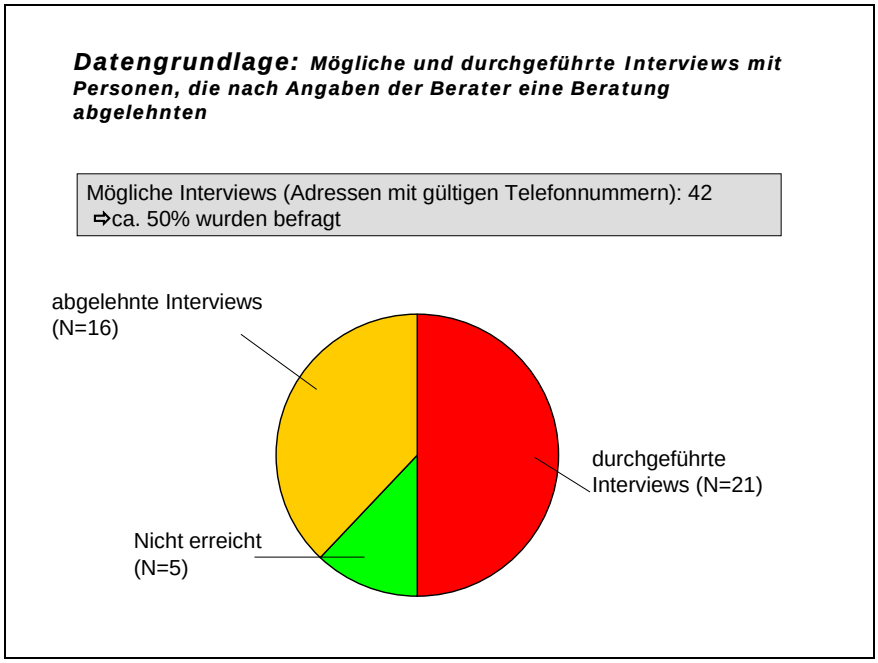

Datengrundlage: Mögliche und durchgeführte Interviews mit Personen, die nach Angaben der Berater beraten wurden
Mögliche Interviews (Adressen mit gültigen Telefonnummern): 73
⇨ca. 45% wurden befragt
abgelehnte Interviews (N=12)
durchgeführte Interviews (N=32)
Nicht erreicht (N=20)
keine Beratung erhalten (N=9)
Beratene Haushalte insgesamt: ca. 140 ⇨ davon wurden ca. 23% befragt

Abb. 2


Datengrundlage: Mögliche und durchgeführte Interviews mit Personen, die nach Angaben der Berater eine Beratung abgelehnten
Mögliche Interviews (Adressen mit gültigen Telefonnummern): 42
⇨ca. 50% wurden befragt
abgelehnte Interviews (N=16)
durchgeführte Interviews (N=21)
Nicht erreicht (N=5)

Die Befragten

Das Durchschnittsalter der Beratenen und der Nicht-Beratenen liegt bei ca. 62 Jahren. Das liegt zum einen an der Altersstruktur der Stadtteile und daran, dass die Berater bei Ihren Rundgängen wahrscheinlich besonders viele RentnerInnen antrafen. Frauen sind insgesamt unterrepräsentiert. Deutlich mehr Männer als Frauen haben sich beraten lassen. In beiden Gruppen sind die meisten Befragten EigentümerInnen des Hauses, in dem sie wohnen (vgl. Abb. 3 und 4).

Abb. 3

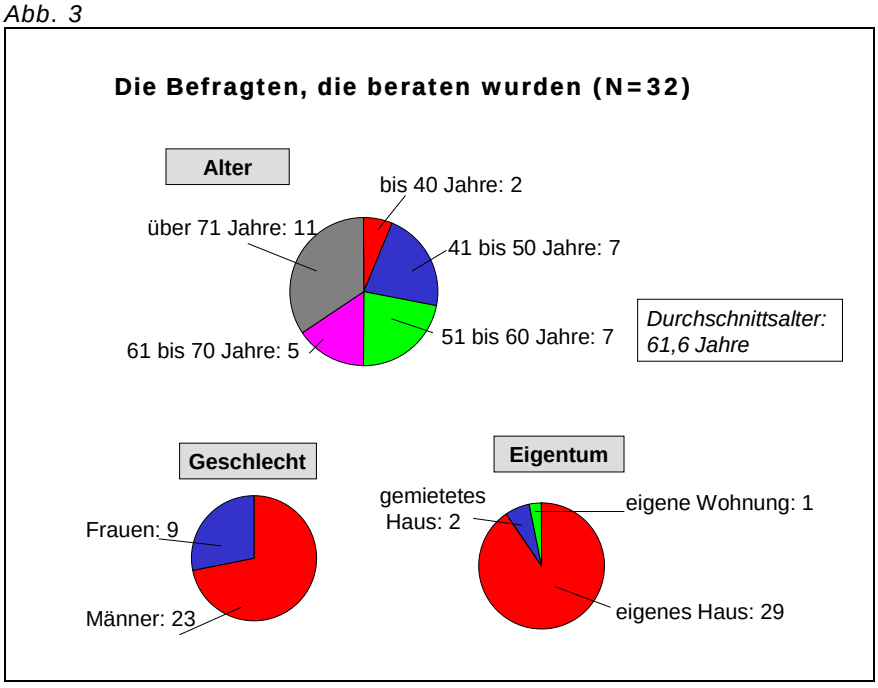
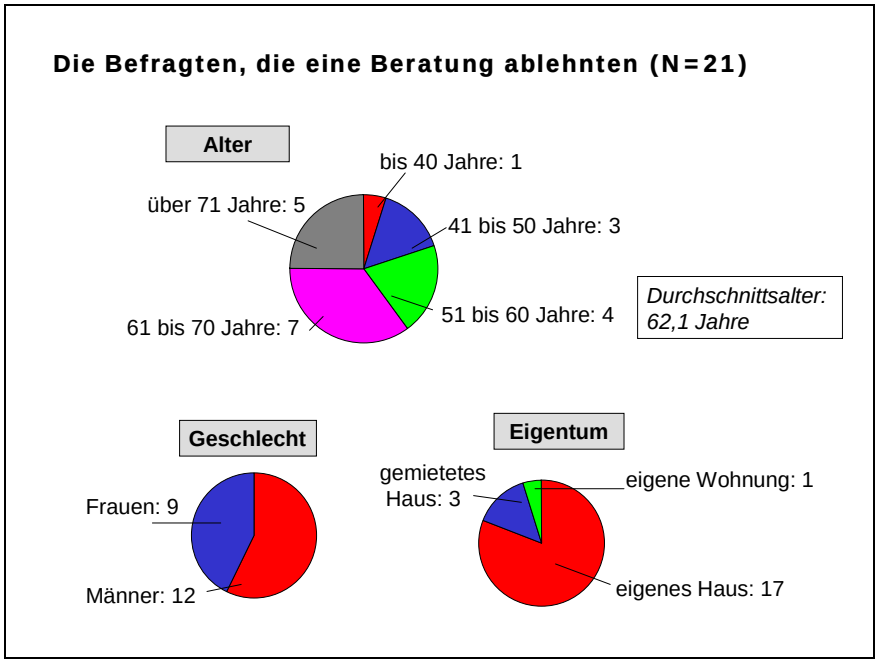


Abb. 4

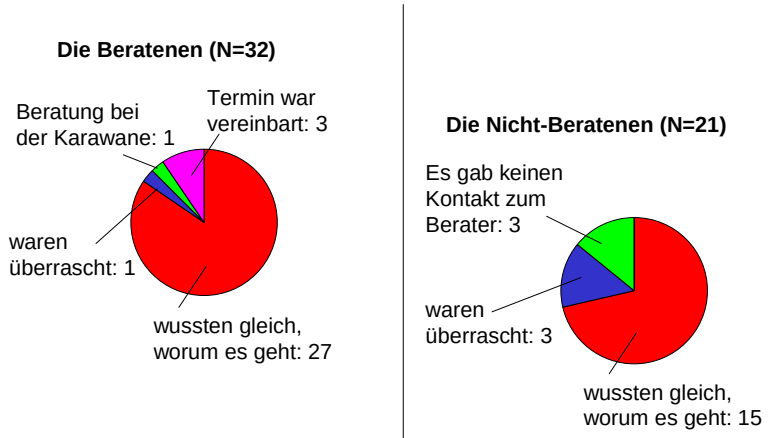


Bekanntheit der Aktion vor der eigentlichen Beratung

Die Aktion war im Vorfeld durch eine intensive Öffentlichkeitsarbeit im Stadtteil bekannt gemacht worden. Die BewohnerInnen sollten wissen, worum es geht, wenn die Berater an der Haustür klingeln. Diese Rechnung ist ganz aufgegangen. Nur 4 von den insgesamt 53 Befragten waren nach eigenen Angaben überrascht, als der Berater sich bei Ihnen vorstellte. Die anderen wussten gleich, worum es geht, oder hatten von sich aus einen Termin vereinbart. 3 der Nicht-Beratenen konnten sich nicht erinnern, dass sie oder ein anderes Familienmitglied Kontakt zu einem Berater gehabt hatten, gaben uns aber trotzdem ein Interview als Nicht-Beratene (vgl. Abb. 5).

Abb. 5

„Wussten Sie gleich, worum es geht, als der Energieberater klingelte, oder waren Sie überrascht?“

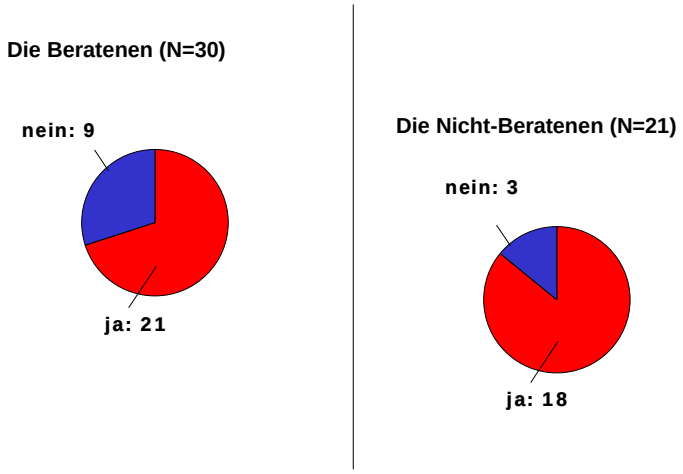


Informationsquellen

39 der 53 Befragten konnten sich entsprechend auch noch erinnern, wie sie im Vorfeld von der Aktion erfahren hatten. Abb. 6 schlüsselt die Ergebnisse getrennt nach Beratenen und Nicht-Beratenen auf.

Abb. 6

„Können Sie sich erinnern, wie Sie im Vorfeld der Beratung von der Aktion erfahren hatten?“



Zeitungsartikel werden dabei von 32 Personen angegeben, 15 erinnerten sich an Postwurfsendungen, 10 an Plakate in der Stadt. Die für die OrganisatorInnen der Stadt sehr aufwendige Aktion auf dem Siedlerplatz ist dagegen nur 7 Befragten in direkter Erinnerung (vgl. Abb. 7).

Abb. 7

„Können Sie sich erinnern, wie Sie im Vorfeld der Beratung von der Aktion erfahren hatten? – Ja, und zwar…“
Die erinnerten Informationswege („Beratene“ und „Nicht-Beratene“ N=39)

➢ Presse	32
➢ Postwurfsendung	15
➢ Plakate	10
➢ Aktion auf dem Siedlerplatz	7
➢ durch Bekannte	3

Akzeptanz der besonderen Beratungssituation und der Aktion „Energiekarawane“ insgesamt

Von besonderem Interesse war es, ob die Situation, die Beratung direkt an der Haustür angeboten zu bekommen, akzeptiert wird. Dazu ließen wir die Befragten zwei gegenteilige Aussagen bewerten. Die meisten Befragten – ob beraten oder nicht – finden danach die Grundidee der Aktion gut (vgl. Abb. 8). Nur einem kleinen Teil war es unangenehm, „mit dem Angebot an der Haustür überfallen zu werden“ (vgl. Abb. 9).

Abb. 8

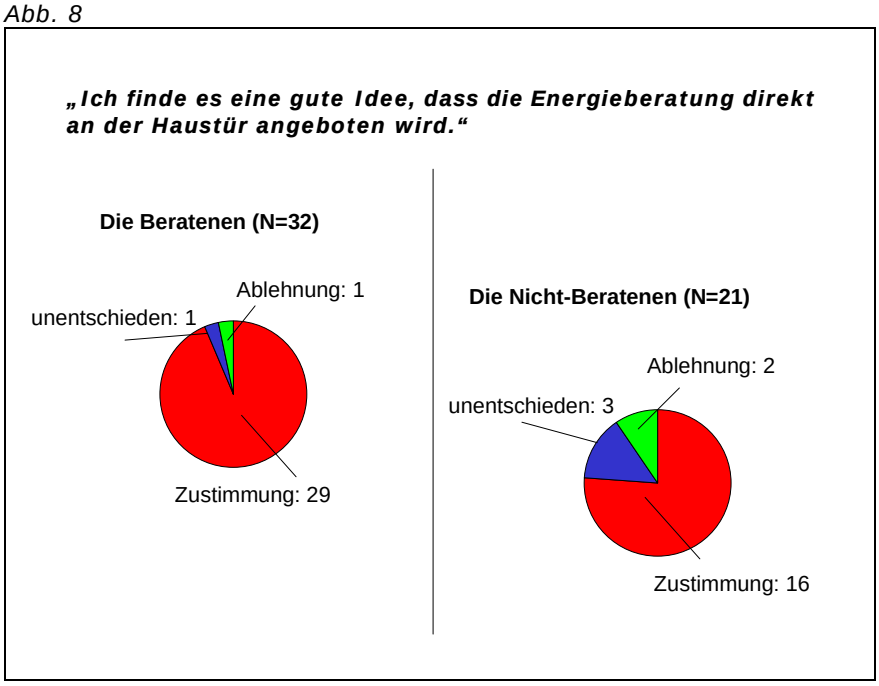
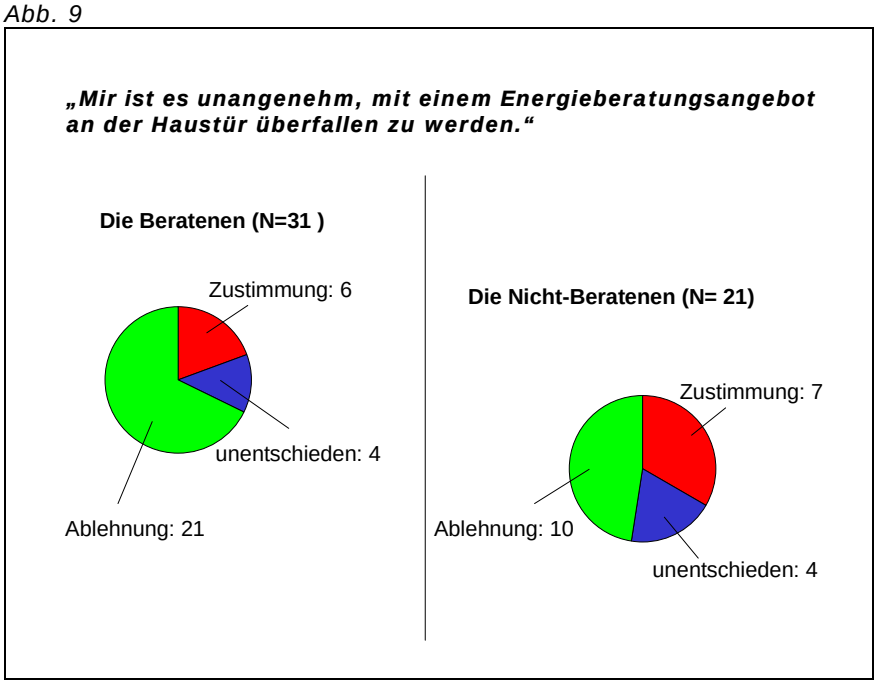


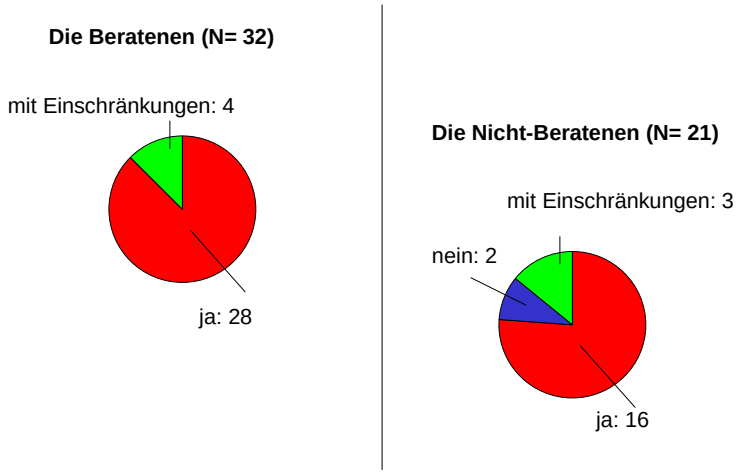
Abb. 9



Insgesamt stößt – wie zu vermuten war – die Aktion bei denjenigen, die beraten wurden, auf etwas größere Zustimmung als bei denen, die eine Beratung ablehnten. Das zeigt sich auch bei der Einschätzung, ob die Stadt eine vergleichbare Aktion noch einmal durchführen sollte. Mit 44 von 53 ist die überwältigende Mehrheit der Befragten ohne Einschränkung dafür (vgl. Abb. 10). Nur 2 Befragte, die sich nicht beraten ließen, antworteten mit „nein“.

Abb. 10

„Sollte die Stadt Viernheim die Energieberatungsaktion in einem anderen Stadtteil wiederholen?“



Die formulierten Einschränkungen (offene Antwortmöglichkeit, die Antworten wurden im Nachhinein geclustert) werden in Abb. 11 zusammengefasst.

Abb. 11

„Sollte die Stadt Viernheim die Energieberatungsaktion in einem anderen Stadtteil wiederholen? - Ja, Aber…“
Die formulierten Einschränkungen („Beratene“ und „Nicht-Beratene“ N=6)

- Nur bei älteren Häusern/ nicht im Neubauviertel — 2
- Beratung anbieten, Leute sollten dann Gespräche von sich aus vereinbaren — 2
- Prüfen, ob der finanzielle Aufwand der Aktion sich lohnt — 1
- Viele Leute haben zu wenig Geld für Sanierungsmaßnahmen — 1

Auch diejenigen, die die Beratung abgelehnt hatten, bewerten die Aktion insgesamt also positiv. Das liegt sicher auch daran, dass ein bestimmtes Maß an Akzeptanz notwendig ist, um ein Interview zu geben. Die, die ein Interview ablehnten, hätten die Aktion wahrscheinlich weniger gut bewertet. Trotzdem bleibt die Erkenntnis, dass das Ablehnen des Beratungsgesprächs nicht gleichzusetzen ist mit der Ablehnung der Aktion. Warum aber wurde das kostenlose Beratungsgespräch abgelehnt?

Gründe, ein Beratungsgespräch abzulehnen

Diese Gründe ermittelten wir mit einer offenen Frage, auf die also ohne vorgegebene Antwortmöglichkeiten geantwortet werden konnte. Im Nachhinein haben wir sie geclustert (vgl. Abb. 12). Der Hauptgrund ist finanzieller Natur: Wer vorher schon weiß, dass er kein Geld für Sanierung ausgeben kann, sieht wenig Sinn, sich beraten zu lassen. Der zweithäufigste Grund ist, dass das Haus – aus Sicht des Bewohners – schon ausreichend gut saniert ist. Und der dritthäufigste Grund ist, dass die BewohnerInnen sich für zu alt halten, um sinnvoller Weise noch in Sanierungsmaßnahmen zu investieren.

Abb. 12

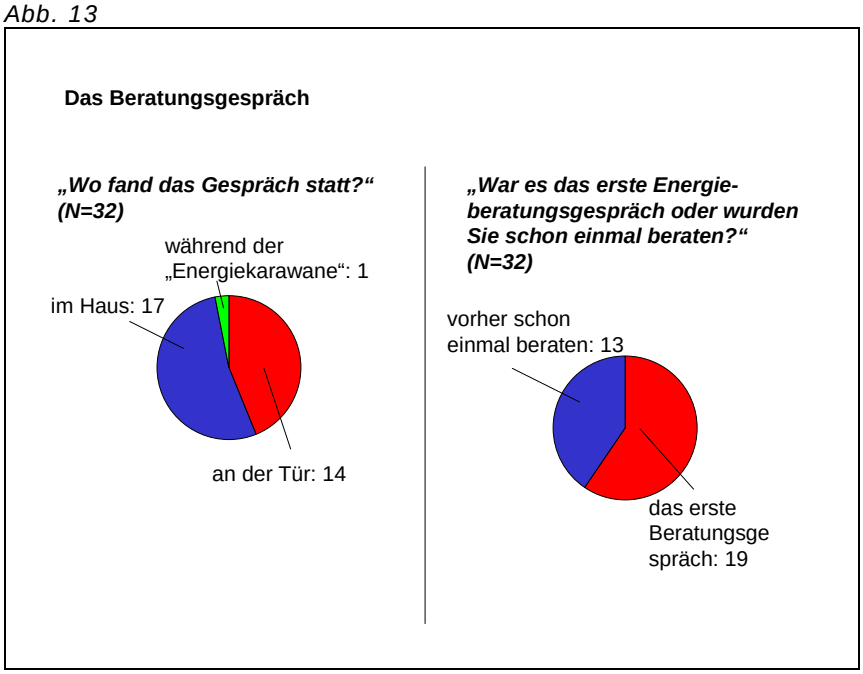
Angegebene Gründe, keine Energiespartipps umzusetzen
(Mehrfachnennungen waren möglich. N=15)

➢ Geldmangel bzw. zu hohe Kosten	7
➢ Haus ist schon saniert worden	5
➢ Besitzer halten sich für zu alt	3
➢ Empfohlene Maßnahmen sind nicht gut	2
➢ der Sohn will es nicht	1

Das Beratungsgespräch

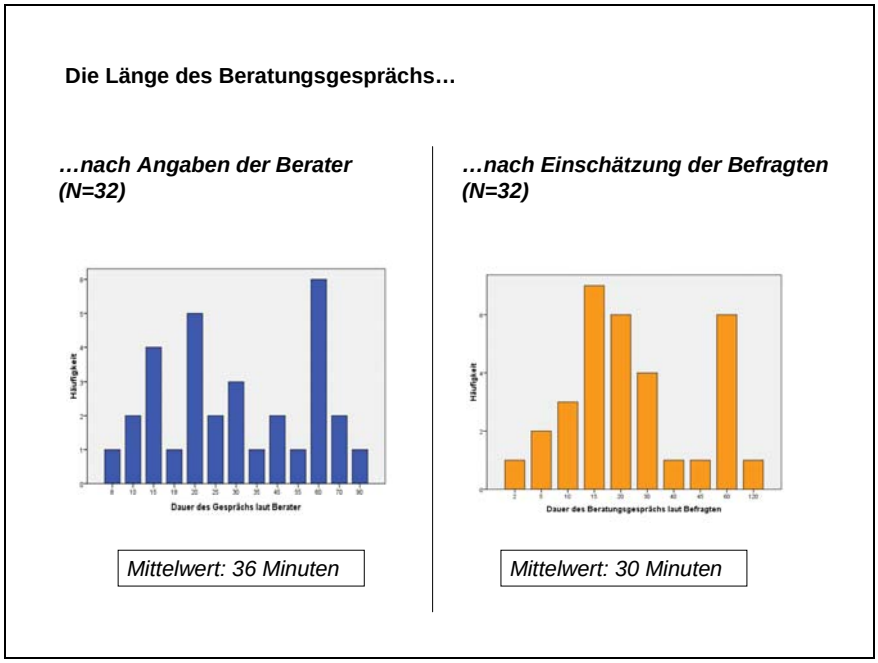
Wie wurde nun das Beratungsgespräch selbst eingeschätzt? Die entsprechenden Fragen konnten natürlich nur den 32 Befragten gestellt werden, die sich hatten beraten lassen. Zunächst fragten wir nach einigen Rahmenbedingungen. Bei etwas mehr als der Hälfte (17 von 32) fand das Gespräch im Haus statt, bei den anderen an der Tür oder im Garten. Für etwa zwei Drittel (19) war es das erste Energieberatungsgespräch (vgl. Abb. 13).

Abb. 13



Die Dauer des Beratungsgesprächs wurde in der Erinnerung von vielen Befragten dabei anders eingeschätzt, als die Berater angegeben hatten – meist kürzer, manchmal aber auch deutlich länger. Im Mittel liegen die Schätzungen dann wieder nah beieinander (vgl. Abb. 14).

Abb. 14



Drei Befragte empfanden ihr Gespräch mit dem Berater, das immerhin zwischen 10 und 25 Minuten dauerte, gar nicht als Beratung, sondern als „Unterhaltung“. Sie wussten schon, dass sie nichts umsetzen würden und wollten sich entsprechend auch nicht „beraten lassen“.

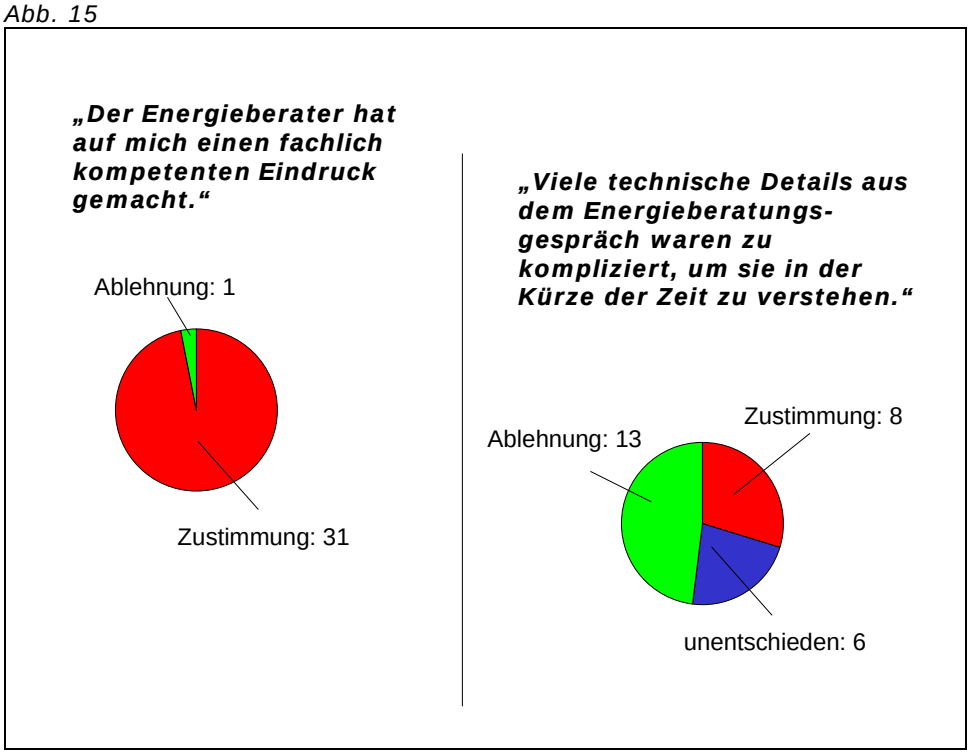
Auch wenn wir diese Gespräche in dieser Befragung weiterhin als „Beratungsgespräch“ behandelten, zeigt sich hier doch ein grundsätzliches Problem. Zu jeder Beratung gehört die Haltung des Beratenen, dass er Ratschläge hören möchte. Bekommt er sie ungefragt, verhallen sie in aller Regel. In Zukunft sollten die Berater daher aus meiner Sicht vor dem Beratungsgespräch unbedingt genau klären, ob wirkliches Interesse besteht. Auch am Anfang einer kostenlosen Beratung muss die „Auftragsklärung“ stehen. Erst wenn ich den dezidierten Auftrag zur Beratung habe, macht diese überhaupt Sinn.

Zur Beurteilung der Qualität und Wirkungen des Beratungsgesprächs baten wir die Befragten, sechs Aussagen mit unterschiedlichen Perspektiven dazu auf einer Skala von 1 bis 5 zu bewerten, wobei 1 „volle Zustimmung“ und 5 „volle Ablehnung“ bedeutete. Für manche Befragte war diese Fragetechnik am Telefon zu kompliziert, so dass wir in diesen Fällen nur noch nach Zustimmung, Ablehnung oder „unentschieden“ fragten. Die Skalierungsziffern 1-2 wurden entsprechend in der Auswertung aller Interviews als „Zustimmung“ zusammengefasst, 3 als „unentschieden“ gewertet und 4-5 als Ablehnung. Die folgenden Abbildungen fassen die Ergebnisse zusammen.

Die Qualität der Beratung

Die Energieberater haben auf fast alle Befragten (eine Ausnahme) einen fachlich kompetenten Eindruck gemacht. Allerdings waren zumindest für 8 von 32 manche technische Details zu kompliziert (vgl. Abb. 15). Unter dem Strich ist das aber sicher ein gutes Ergebnis: Die Beratungsgespräche selbst wurden von den meisten als angenehm erlebt.

Abb. 15

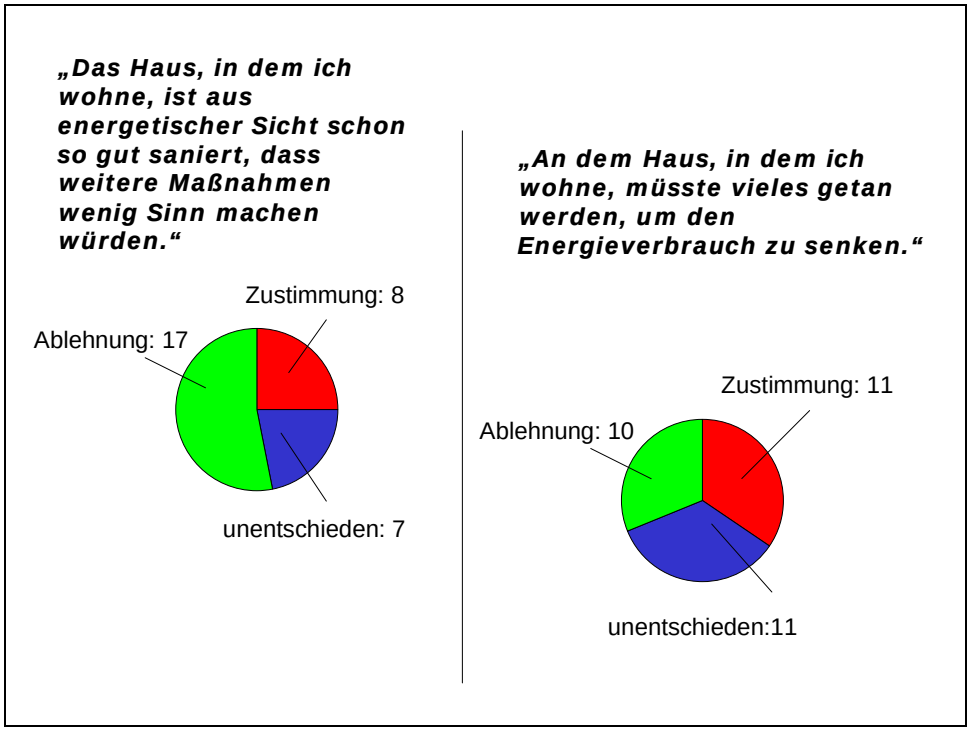


Die Einschätzung des eigenen Hauses

Den Zustand des eigenen Hauses ließen wir an Hand von zwei gegenläufigen Aussagen bewerten (vgl. Abb. 16).

Danach meinen 8 von 32 Befragten, ihr Haus sei so gut saniert, dass weitere Maßnahmen keinen Sinn machen. 10, also fast gleich viele, widersprechen der Aussage, an ihrem Haus müsse aus energetischer Sicht viel getan werden. **Ca. ein Drittel der Befragten halten also energetische Sanierungsmaßnahmen an ihrem Haus für nicht sinnvoll.**

Abb. 16



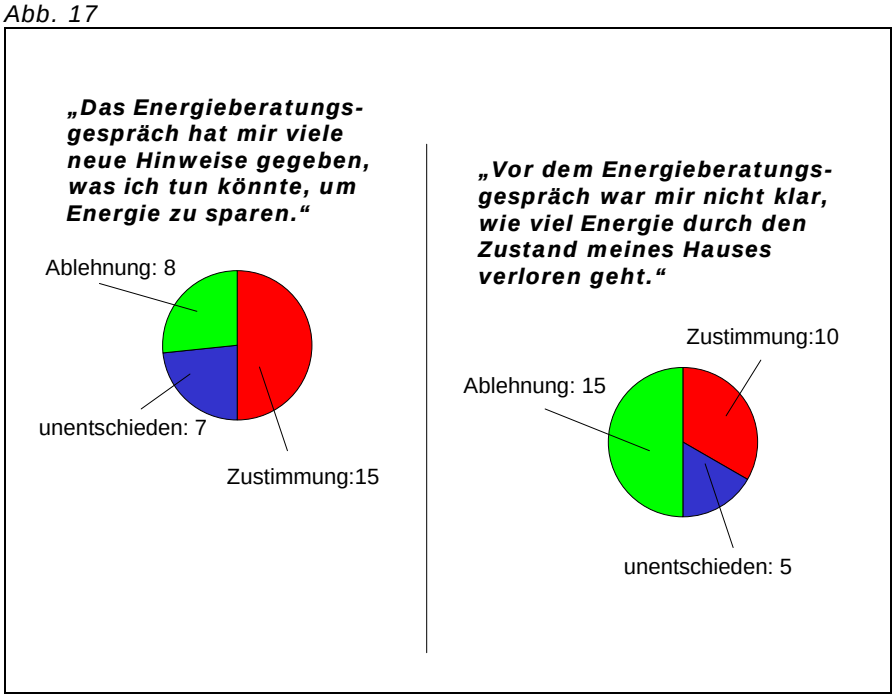
11, also **wiederum ca. ein Drittel, stimmen zu, vieles sei an ihrem Haus zu tun, um den Energieverbrauch zu senken**. Noch mehr, 17, widersprechen der Aussage, an ihrem Haus machten energetische Sanierungsmaßnahmen keinen Sinn mehr. Sie sehen also Handlungsbedarf – oder doch Möglichkeiten (vgl. Abb. 16).

Eine andere große Gruppe hat **keine klare Einschätzung** vom Zustand ihres Hauses. Immerhin 11 – also wiederum ca. ein Drittel – sind sich unsicher, ob an ihrem Haus „vieles getan werden müsste, um den Energieverbrauch zu senken“ (vgl. Abb. 16).

Wirkungen des Energieberatungsgesprächs

Wie hat sich nun das Energieberatungsgespräch auf diese Einschätzung des eigenen Hauses ausgewirkt? **Ca. ein Drittel (10) der Befragten stimmen der Aussage zu, ihnen sei vor dem Beratungsgespräch nicht klar gewesen, wie viel Energie durch den Zustand ihres Hauses verloren geht** (vgl. Abb. 17). Hier hat die Beratung also auf Handlungsbedarf aufmerksam gemacht, der vorher nicht bewusst war.

Abb. 17



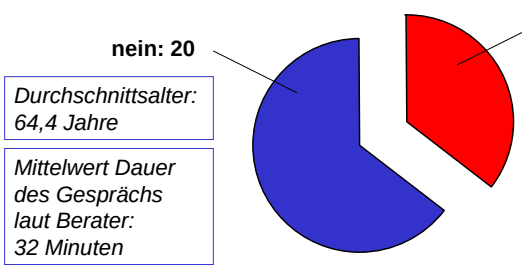
Fast **die Hälfte der Befragten (15) stimmt der Aussage zu, die Energieberatung habe ihnen viele wichtige Hinweise gegeben, was sie tun können, um Energie zu sparen**. Umgekehrt heißt das allerdings auch, dass bei der anderen Hälfte, die beraten wurde, keine oder nur wenige solche Hinweise „angekommen“ sind.

Hat die Energieberatung nun auch praktische Konsequenzen? 11 Befragte, also **ca. ein Drittel, sagen von sich, dass sie demnächst Energiespartipps aus der Energieberatung umsetzen werden** (vgl. Abb. 18), die anderen (20) verneinten. Statistisch gesehen, ist die Gruppe der Umsetzer mit durchschnittlich ca. 59 Jahren deutlich jünger als die Vergleichsgruppe mit ca. 64 Jahren. Auffällig ist auch, dass die Umsetzer deutlich länger beraten wurden (im Durchschnitt ca. 45 Minuten) als die Vergleichsgruppe (zwischen 23 und 32 Minuten). Diese Daten unterstützen die Glaubwürdigkeit der Absichtserklärungen, Maßnahmen umzusetzen.

Was genau planen die Befragten zu tun? Vier wollen in Außenwanddämmung investieren, vier in die Dämmung des Dachbodens und zwei planen, neue Fenster einzubauen. Bei einem Befragten hat die Beratung zur Folge, dass ein hydraulischer Abgleich der Heizungsanlage gemacht wird, einer prüft, eine Solaranlage zu installieren. Ein Befragter – Mieter – nimmt aus der Energieberatung den Plan mit, Energiesparlampen zu installieren (vgl. Abb. 19).

Abb. 18

„Gibt es einen oder mehrere Energiespartipps aus dem Beratungsgespräch, die Sie demnächst umsetzen werden?“



Durchschnittsalter: 64,4 Jahre

Mittelwert Dauer des Gesprächs laut Berater: 32 Minuten

Mittelwert Dauer des Gesprächs laut Befragten: 23 Minuten

Durchschnittsalter: 58,9 Jahre

Mittelwert Dauer des Gesprächs laut Berater: 46 Minuten

Mittelwert Dauer des Gesprächs laut Berater: 44 Minuten

Abb. 19

Energiespartipps, die umgesetzt werden
(Mehrfachnennungen waren möglich. N=10)

➢ Außenwanddämmung	4
➢ Dämmung des Dachbodens	4
➢ neue Fenster (und Rolladen)	2
➢ Hydraulischer Abgleich der Heizungsanlage	1
➢ Solaranlage	1
➢ Energiesparlampen	1

Zusammenfassende Bewertung der Befragungsergebnisse

Die Aktion „Energiekarawane“ stößt bei der überwältigenden Mehrheit aller Befragten - sowohl denen, die beraten wurden, als auch denen, die nicht beraten werden wollten - auf Zustimmung. Die Idee, Energieberatung direkt an der Haustür anzubieten, wird für gut befunden und der Stadt wird empfohlen, eine vergleichbare Aktion in einem anderen Stadtteil durchzuführen. Die Befürchtung, die BewohnerInnen könnten sich durch das Beratungsangebot direkt an der Haustür belästigt fühlen, wurde durch die Befragten zum großen Teil zerstreut. Natürlich kann von den Befragten nicht eins zu eins auf alle BewohnerInnen des Stadtteils geschlossen werden, denn die Bereitschaft, uns ein Interview zu geben, setzt ja eine Form von Aufgeschlossenheit dem Projekt gegenüber bereits voraus. Trotzdem ist die Einhelligkeit der Befürwortung beeindruckend.

Diese hohe Akzeptanz ist sicherlich mit auf eine sehr erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit im Vorfeld der Energieberatungen zurückzuführen. Fast alle Befragten wussten, worum es geht, als der Berater klingelte. Die meisten erinnerten sich an Presseartikel und Postwurfsendungen zu dem Thema.

Die Aktion „Energiekarawane“ war als Imagekampagne für energie-sparende Sanierungsmaßnahmen also ohne Zweifel erfolgreich. Ebenfalls sicher hat sie weiter zu dem positiven Image der Stadt Viernheim als Aktivposten in Sachen Energiesparen und Klimaschutz beigetragen.

Schwieriger ist die Erfolgsbilanz bezogen auf die Wirkungen der Beratungsgespräche zu beurteilen. Zum einen ist der Aufwand, ein Beratungsgespräch überhaupt erst zu führen können, vergleichsweise hoch. Die erste Hürde ist, die richtigen Ansprechpartner überhaupt zu erreichen. Die zweite Hürde besteht darin, den Nutzen eines Energieberatungsgesprächs überzeugend zu vermitteln. Die Hauptgründe, eine kostenlose Beratung auszuschlagen, waren bei den hier Befragten: Geldmangel, das Alter der Besitzer und der vermeintlich oder tatsächlich gute Zustand der Häuser.

Nicht alle, mit denen Gespräche geführt wurden, waren dann innerlich unbedingt auch bereit, sich beraten zu lassen. Entsprechende Aussagen von einigen Befragten, die die Beratung ausdrücklich nicht als solche verstanden wissen wollten, sondern die sich lediglich mit dem Berater „unterhalten“ haben wollten, zeigen das. Auch die Befragungsergebnisse selbst lassen den Schluss zu, dass ca. ein Drittel der Beratenen den Zustand ihres Hauses für so gut halten, dass sie Sanierungsmaßnahmen für überflüssig oder wenig sinnvoll halten. Ein weiteres Drittel ist sich auch nach der Beratung noch unsicher, ob energetische Sanierungsmaßnahmen wirklich Sinn machen.

Ein weiteres Drittel allerdings formuliert die Absicht, demnächst Energiespartipps aus dem Beratungsgespräch umsetzen zu wollen. Dabei stehen Dämmmaßnahmen an Außenwänden und Dach an erster Stelle. Dieses Drittel hatte überdurchschnittlich lange Beratungsgespräche geführt. Und es ist statistisch gesehen vergleichsweise jung. Das lässt vermuten, dass die Absichtserklärungen nicht nur auf „soziale Erwünschtheit“ während der Interviewsituation beruhen, sondern ernst zu nehmen sind.

Anders ausgedrückt: Die Aktion „Energiekarawane“ war nicht nur als positive Imagekampagne für energieeffiziente Sanierung und eine Klimafreundliche Kommune wirksam, sie hat bei einem nicht unbeträchtlichen Teil derjenigen, die beraten wurden, wohl mindestens die konkrete Absicht bestärkt, in Dämmmaßnahmen zu investieren. Insofern ist die Absicht der ProjektleiterInnen, hier neue Impulse zu setzen, indem die Beratung zu den Menschen hingeht, statt sie nur anzubieten, sicher aufgegangen. Ob dieser Ertrag in akzeptablem Verhältnis zum Aufwand steht, ist letztlich eine politische Entscheidung.

Gelernt werden kann für Folgeaktionen:

1. Die ProjektleiterInnen der Stadt hatten die Aktion sehr sorgfältig und ideenreich vorbereitet. Das hat sich gelohnt und dazu ist nicht mehr zu sagen als: Weiter - oder besser wieder - so!
2. Die BeraterInnen sollten in Zukunft am Anfang der Gespräche noch gründlichere „Auftragsklärung“ betreiben und nur dort beraten, wo Beratung wirklich nachgefragt wird. Sie müssten also für sich – und vielleicht auch für die Dokumentation – deutlicher unterscheiden zwischen einem Gespräch, in dem es zunächst um den Nutzen von Energieberatung geht, und dem eigentlichen Beratungsgespräch. Und das sollte erst begonnen werden, wenn der Kunde/die Kundin klar geäußert hat: „Ich möchte eine Energieberatung von Ihnen“. Diese Klarheit würde sicher bedeuten, dass am Ende weniger „echte“ Beratungsgespräche geführt und dokumentiert sind, aber diese werden bessere Ergebnisse bringen können, weil sie diejenigen, die beraten werden, mit in die Verantwortung nehmen.