



Prof. Dr. Lothar Schneider
Westfälisches Umwelt Zentrum



DR. BERND STEINMÜLLER
SUSTAINABILITY MANAGEMENT CONSULTING

Basis-Erhebung zur energieeffizienten Gebäudemodernisierung und –sanierung in Paderborn

Teil IV:

Fazit

Paderborn, 4. Juni 2003

Vorbemerkung zum Erhebungsprofil

- Gebäudestichprobe auf den Altbau fokussiert
 - Die Stichprobe ist auf ca. 70 Eigentümer (sowie ca. 70 Handwerker) begrenzt und zielt auf Altbauten mit möglichem Modernisierungsbedarf (bis Anfang der achtziger Jahre)
 - Eine umfassende Hochrechnung mit genauen Zahlen für die Stadt Paderborn erfordert eine breitere Stichprobe über den gesamten Bestand (ca. 400)
- Die Stichprobe ergibt eine aussagefähige, erste Handlungsbasis
 - Sie zeigt ein altbautypisches Profil
 - Charakterische Fälle und relevantes Gebäudespektrum werden abgedeckt
 - Ursachen des Problems Klimaschutz/Altbausanierung werden erkennbar und Optionen zur Abhilfe sichtbar
 - Handlungskonzepte in Richtung Hauseigentümer, Handwerker und Öffentlichkeit können auf der Basis der jetzt vorhandenen Daten entworfen werden, bedürfen zur Detaillierung/Validierung ergänzender Analysen

Insgesamt: gesteckte Ziele voll erreicht!

- Generell
 - Übersicht über Bestandsituation in Paderborn gewonnen
 - Möglichen Bedarf und potentielle Nachfrage gesichtet und analysiert
 - Ausgangsbasis für strategisches Vorgehen geschaffen
- Speziell
 - Marktversagen überprüft
 - Einstellungen der Akteure erforscht
 - Hemmnisse/Ansatzpunkte Bedarfsweckung ermittelt
 - Lösungswege und Handlungsoptionen: Richtung skizziert ...
 - Nächste Schrittefolgende Diskussion!

Generell wurde gezeigt, dass ...

- im Paderborner Gebäudebestand kurzfristig hohe Verbesserungspotentiale bzgl. Energieeffizienz und Wohnkomfort bestehen (... und wo wieviel!)
- eine hohe potentielle Nachfrage nach einer breiten Palette bau- und anlagentechnischer Maßnahmen existiert
- ein lückenhafter Informationsstand und Fehleinschätzungen von Kosten, Aufwand und Nutzen hemmend auf den Ausgleich zwischen Nachfrage und Angebot wirken und somit „Marktversagen“ begünstigen
- eine hohe Modernisierungsbereitschaft trotzdem vorhanden ist
- konkrete Anknüpfungspunkte für eine erfolgreiche Bedarfsweckung existieren

Speziell wurde gezeigt, dass

- genutzte und gewünschte Informations- und Beratungsquellen gruppen- und personenspezifisch sehr unterschiedlich sind
 - einerseits insbesondere bei vielen nicht-institutionellen Eigentümern eine spürbare Zurückhaltung gegenüber Informations- und Beratungsangeboten existiert
 - andererseits ein Teil der Befragten an den Ergebnissen der Studie und weiteren professionell-aufbereiteten Informationen ein hohes Interesse hat
- der Rat von „Fachleuten“ eine wichtige Rolle spielt
 - Handwerker zu den wichtigsten Informationsquellen gehören
 - diese Rolle nur zum Teil „aktiv“ genutzt wird
 - Fachleute selbst Informationsdefizite konstatieren

Strategische Ansatzpunkte für eine Bedarfsweckung

- Zentraler Ansatzpunkt für eine Aktivierung des hohen latenten Bedarfes sollte die Beseitigung handlungshemmender Informationsdefizite und Fehlrteile sein
- Die notwendigen Informationen müssen gruppenspezifisch aufbereitet und attraktiv „verpackt“ werden ... Erste Basisdaten können aus der Stichprobe gewonnen werden
- Der hohe Wert und Nutzen energiebezogener Modernisierungs-/Sanierungsmaßnahmen sollte als Positivziel in den Mittelpunkt gestellt und mit positiven erstrebenswerten Lebensziele verknüpft werden: Wohnkomfort, Gesundheit, Sicherheit, Unabhängigkeit ...Die Erhebung liefert Argumente
- Die Einfachheit und Preisgünstigkeit vieler Maßnahmen sollte herausgestellt und emotional unterlegt werden („mit Sparen gewinnen!“) ... Daten liegen vor

Strategische Ansatzpunkte für die breite Umsetzung

- „Bedarfsweckung“ nicht auf Eigentümer beschränken
- Bei einer konsequent betriebenen Gebäudemodernisierung gewinnen
 - Eigentümer und Gebäudenutzer
 - Bauindustrie und Handwerk
 - lokale und regionale Wirtschaft ...
 - lokale und regionale Politik ...
 - Umfeld, Umwelt, Natur und Klima
- Gewinner gewinnen
- Zum Gemeinsamen Handeln veranlassen
 - steigert die Gewinnaussichten und verstärkt sich gegenseitig
 - die Erhebung zeigt Gewinnchancen auf ...

Strategische Aktionen

- Empfohlen wird eine akteursübergreifende Modernisierungskampagne - getragen von Handwerk, Wirtschaft, Politik
 - gibt den nötigen „Anfangsimpetus
 - schafft die notwendige breite Aufmerksamkeit
 - bricht „Blockaden“
- Ergänzend bzw. hierin eingebettet
 - Einzelaktionen der Akteure (z.B. Fassadenwettbewerb „wenn schon – denn schon“)
 - Gruppenspezifische Angebote für unterschiedliche Eigentümergruppen
- Studie zeigt Anknüpfungspunkte und Richtung auf
- Weiteres Vorgehen zu diskutieren ...

Nächste Schritte

- Zu Vortrag/Studie
 - Diskussion der Ergebnisse
 - Offene Fragen
 - Mögliche Vertiefung/Ergänzung der Auswertung
 - Mögliche Schritte zur Dokumentation/Publikation
 - Vorstellung/Information/Rückmeldung Befragungsteilnehmer, Runder Tisch, Stadt
 - ...
- Weiteres Vorgehen
 - Strategische Aktionen
 - Konkrete Schritte
 - Aufgaben/Termine