ÄLTERE HAUSEIGENTÜMER*INNEN ZIELGRUPPENGERECHT ANSPRECHEN:

energieeffizient, komfortabel und sicher wohnen im Alter

Unser HAUS
effizient.
komfortabel.
sicher.

Gefördert durch:
Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit
aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages

NATIONALE KLIMASCHUTZ INITIATIVE

INHALT

Einführung 3

Die Zielgruppe ältere Hauseigentümer*innen 4
Die Zielgruppe 60plus: Wohnbedürfnisse, Sanierungsmotive und -barrieren 5
Lebensphasen im Alter 6
Zielgruppenspezifische Sanierungsmotive und -barrieren 7

Welche Themen bewegen die Zielgruppe? 10
Energetische Sanierung 10
Komfortabel und barrierefrei wohnen im Alter 12
Sicherheit/Einbruchschutz 13
Finanzierung 13

Geeignete Sanierungsmaßnahmen 14

Was sollte bei der Ansprache der Zielgruppe besonders beachtet werden? 17
Lebensphase „Älterwerden“ direkt ansprechen oder nicht? 17
An der Lebenswelt orientieren 18
Auf Bedürfnisse von Männern und Frauen eingehen 18
Kompetent machen für das Thema Sanierung 18
Langfristige Perspektive einnehmen 18
Veränderte Wahrnehmung im Alter berücksichtigen 19

Mit welchen Angeboten können lokale Akteure die Zielgruppe unterstützen? 20
Integrierte Beratungsangebote 20
Schulung von Handwerker*innen und Energieberater*innen 21
Regionale Netzwerke 22
Öffentlichkeitsarbeit: Wie kann man Aufmerksamkeit schaffen? 23
Webportal/Internetauftritt 24
Weiterführende Ressourcen und Kontakte zu Themen und Angeboten 26
- Beratung zum altersgerechten Umbau 26
- Beratung zum Einbruchschutz 26
- Beratung für energieeffizientes Sanieren 26

Fazit 27
Ansprechpartner*innen 28
Endnoten 29

EINFÜHRUNG

Mehr als 30 Prozent der Ein- und Zweifamilienhäuser in Deutschland werden von Eigentümer*innen bewohnt, die 60 Jahre und älter sind. Ältere Eigenheimbesitzer*innen bilden daher eine wichtige Zielgruppe für den Klimaschutz, die bislang noch kaum erreicht wird. Viele ältere Menschen sind grundsätzlich für Klima- und Umweltschutz aufgeschlossen. Aber häufig überwiegt die Einstellung, dass sich eine energetische Sanierung in ihrem Alter nicht mehr lohnt.

Mit dem Projekt „Sanieren 60plus“ erprobte ein Projektverbund, wie ältere Eigenheimbesitzer*innen für eine energetische Sanierung gewonnen werden können. Neu ist, dass die Themen energetische Sanierung, seniorengerechte Wohnraumanpassung, Einbruchschutz und Sicherheit miteinander verknüpft wurden. Bislang waren solche Informations- und Beratungsangebote nur getrennt und bei unterschiedlichen Anbietern verfügbar. Im Unterschied dazu bietet der durch „Sanieren 60plus“ entwickelte Ansatz Beratung und Information aus einer Hand. Zusatznutzen (Synergien), die entstehen, wenn Sanierungs- oder Umbaumaßnahmen am Haus geplant und umgesetzt werden, können so besser ausgeschöpft werden.

Unter dem Dach der Kampagne „Unser Haus: effizient, komfortabel, sicher“ entstanden spezielle Beratungs- und Informationsangebote für die Zielgruppe Hauseigentümer*innen 60plus. Mithilfe dieser Angebote kann die Zielgruppe bedürfnisgerecht angesprochen und für das Thema energetische Sanierung sensibilisiert werden. Ratsuchende erhalten zudem eine Orientierung, wie sie geplante Sanierungsmaßnahmen energetisch optimieren können. Die Evaluation hat gezeigt, dass durch das integrierte Angebot neue Zielgruppen für eine energetische Sanierung gewonnen werden können.

Wichtige Erkenntnisse und Erfahrungen aus dem Projekt für die praktische Umsetzung werden in dieser Handreichung wiedergegeben. Zunächst wird die Zielgruppe der über 60-jährigen Eigenheimbesitzer*innen hinsichtlich ihrer Wohnbedürfnisse und ihrer typischen Motive und Barrieren in Bezug auf eine Sanierung charakterisiert. Eine Argumentationshilfe erläutert, mit welchen Themen und Argumenten Vorbehalte gegenüber einer Sanierung abgebaut werden können. Eine Übersicht zeigt, wie Maßnahmen zu Energieeffizienz, Barrierefreiheit und Einbruchschutz sinnvoll miteinander verknüpft werden können. Schließlich gehen wir darauf ein, mit welchen Angeboten die Zielgruppe erreicht werden kann und welche Wege zur Ansprache geeignet sind.

Foto: iStock.com / kzenon

Die Zielgruppe ältere Hauseigentümer*innen

Nach den Zielen der Bundesregierung soll der Treibhausgasausstoß der Gebäude in Deutschland bis zum Jahr 2030 um zwei Drittel im Vergleich zum Jahr 1990 reduziert werden. Eine wichtige Rolle spielen dabei die ca. 15,8 Mio. Ein- und Zweifamilienhäuser. Viele von ihnen sind nur unzureichend saniert und weisen einen hohen Energieverbrauch auf.

Ältere Hauseigentümer*innen bilden eine wichtige Akteursgruppe für eine energetische Sanierung des Gebäudebestands. Von den 2014 in Deutschland lebenden 11 Mio. Haushalten, in denen mindestens eine der Personen über 65 Jahre alt war, wohnten gut 6 Mio. Haushalte im eigenen Haus oder der eigenen Wohnung. Der Anteil der Eigentümer*innen liegt in dieser Altersgruppe damit bei knapp 55 Prozent – im Vergleich zu 44 Prozent bezogen auf alle Haushalte[1]. Damit leben Senior*innen-Haushalte weit überdurchschnittlich häufig im Wohneigentum.

Der überwiegende Teil dieser älteren Selbstnutzer*innen wohnt in einem Ein- oder Zweifamilienhaus: Bereits heute wird knapp jedes dritte Ein- und Zweifamilienhaus in Deutschland von einem Haushalt 65plus bewohnt. Durch den demografischen Wandel wird der Anteil älterer Hauseigentümer*innen in den nächsten Jahren weiter ansteigen.

Aufgrund der eher kleinen Haushaltsgrößen sind ältere Hauseigentümer*innen überdurchschnittlich gut mit Wohnfläche versorgt: Die durchschnittliche Wohnfläche pro Bewohner*in beträgt 72 Quadratmeter im Vergleich zu 44 Quadratmeter pro Person bei einem durchschnittlichen Haushalt[2].

Die meisten Ein- und Zweifamilienhäuser sind für ein Leben im Alter wenig geeignet. Nur ein sehr geringer Anteil der von älteren Hauseigentümer*innen bewohnten Gebäude ist barrierefrei oder barrierearm. Viele Häuser und Wohnungen weisen Hindernisse auf, die besonders für ältere Menschen zu gefährlichen Quellen für Unfälle und Stürze werden können.

DIE ZIELGRUPPE 60PLUS: WOHNBEDÜRFNISSE, SANIERUNGSMOTIVE UND -BARRIEREN

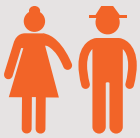
Hauseigentümer*innen, die das sechste Lebensjahrzehnt erreicht haben, sehen sich in der Regel nicht als alte Menschen. Aber sie stehen vor der Frage, wie sie den Lebensabschnitt nach dem Ausscheiden aus der Erwerbsarbeit und dem Auszug der Kinder aktiv gestalten wollen. Eine zentrale Frage ist dabei: Wie will ich im Alter wohnen? Und damit verbunden: Wie kann ich mein Haus so gestalten, dass ich darin möglichst lange selbstständig leben kann?

Die Antworten auf diese Fragen können sehr unterschiedlich ausfallen. Denn die Wohnbedürfnisse älterer Menschen sind geprägt durch die jeweilige Lebenssituation, die Sichtweise auf das Altern und altersspezifische Bedürfnisse und Einschränkungen. Zudem haben ältere Eigenheimbesitzer*innen ganz unterschiedliche Einstellungen und Sichtweisen zu ihrem Haus. Auch die Motive und Barrieren in Bezug auf (energetische) Sanierungsmaßnahmen unterscheiden sich daher erheblich. Mit anderen Worten: Die Altersgruppe der über 60-Jährigen ist alles andere als eine homogene Zielgruppe.

In den folgenden Abschnitten soll die Zielgruppe der Eigenheimbesitzer*innen 60plus genauer charakterisiert werden. Damit werden wichtige Punkte herausgearbeitet, die für das Verständnis und die Ansprache dieser Zielgruppe wichtig sind.

Eigenheimbesitzer*innen 60plus

Zielgruppenspezifische Sanierungsmotive und -hemmnisse



Lebensphasen im Alter – und damit einhergehende Sanierungsziele

Einstellungen zum Haus, Prioritäten bei Hausbesitz, Instandhaltung und Sanierung

LEBENSPHASEN IM ALTER

Der Lebensabschnitt, der mit dem Ausscheiden aus dem Erwerbsleben beziehungsweise dem Eintritt in den Ruhestand beginnt, lässt sich in verschiedene Altersphasen unterteilen. Die genauere Kenntnis dieser Phasen hilft, die unterschiedlichen Wohnbedürfnisse und Anlässe für eine Sanierung oder einen Umbau am Haus besser zu verstehen und diese bei der Kommunikation und Beratung zu berücksichtigen. Den einzelnen Phasen entsprechen keine festgelegten Altersabschnitte – hilfreiche Altersspannen lassen sich aber nennen, wie die nachfolgende Tabelle zeigt:

Tab. 1: Phasen des Alterns und Umgang (in Anlehnung an Höpflinger 2014 und WHO)

Altersphase	Charakteristische Lebenssituationen und -ereignisse
Phase 1 „Noch erwerbstätige Senioren" (50 – 65 Jahre)	Übergang in die Nacherwerbsphase Auszug der Kinder; neue Rolle als Großmutter/-vater; vielfach Pflege(-bedürftigkeit) der eigenen Eltern *Vorbereitung auf Ausstieg aus Erwerbsleben, Wohnen im Alter wird nur vereinzelt thematisiert*
Phase 2 „Gesundes Rentenalter" (60 – 75 Jahre)	Ausscheiden aus der Erwerbstätigkeit Langes gesundes Alter: nach eigenen Bedürfnissen gestaltet („Phase später Freiheit") *Aktive Auseinandersetzung mit dem Wohnen im Alter, Projekte zur Umgestaltung des Hauses*
Phase 3 „Lebensalter zunehmender körperlicher Einschränkungen" (70 – 80 + Jahre)	Altersbezogene Einschränkungen und Defizite Selbstständiges Leben erschwert *Notwendige Instandhaltungsarbeiten und kurzfristige Anpassungen an akute körperliche Einschränkungen*
Phase 4 „Pflegebedürftigkeit und Lebensende" (80 + Jahre)	Gesundheitlich bedingte Einschränkungen und Abhängigkeit Selbstständiges Leben ist kaum mehr möglich *Maßnahmen zur akuten Anpassung an körperliche Einschränkungen*

Mithilfe dieses Modells kann eine erste Eingrenzung der Zielgruppe für eine Sanierung im Alter vorgenommen werden.

Wie die Tabelle zeigt, gibt es mehrere Altersphasen, in denen sich ältere Hauseigentümer*innen aktiv mit einer Sanierung ihres Eigenheims auseinandersetzen. Die Kernzielgruppe bilden eindeutig Angehörige der **Phase Gesundes Rentenalter**. In dieser Phase findet eine aktive Auseinandersetzung mit dem Wohnen im Alter statt und Projekte zur Umgestaltung des Hauses werden durchgeführt. Altersbedingte Einschränkungen können in dieser Altersphase zwar vorliegen, sie haben jedoch noch nicht ein Ausmaß erreicht, durch das nur noch kurzfristige Umbauten oder Wohnraumanpassungen im Vordergrund stehen.

Auch in der dritten Phase, dem **Lebensalter verstärkter körperlicher Einschränkungen**, werden noch eigenständige Sanierungsentscheidungen getroffen. Allerdings ist diese Gruppe deutlich weniger aktiv, wie die Ergebnisse der Evaluation zeigen.

Schließlich ist auch die Gruppe der **Noch Erwerbstätigen** im Alter zwischen ca. 55 und 65 Jahren als potenzielle Zielgruppe interessant, da sich zumindest einige in dieser Altersphase mit dem Thema Wohnen im Alter beschäftigen.

ZIELGRUPPENSPEZIFISCHE SANIERUNGSMOTIVE UND -BARRIEREN

Aufgrund ihrer Lebensphase unterscheidet sich die Gruppe der älteren Hauseigentümer*innen in Bezug auf die Planung und Finanzierung von Sanierungen und Umbauten von anderen Hauseigentümer*innen:

- Der Planungshorizont ist in der Regel auf die eigene biografische Perspektive beschränkt. Die Planung erfolgt kurz- bis mittelfristig, da die Nachnutzung der Immobilie vielfach nicht geklärt ist.

- Finanzielle Barrieren sind von zentraler Bedeutung. Eine wichtige Rolle spielen dabei vermeintliche und tatsächliche Hürden beim Zugang zu einer Kreditfinanzierung. Viele ältere Eigentümer*innen haben eine eher ablehnende Haltung gegenüber Krediten, weil sie keine erneute Hypothek und die Kosten für Grundbuchsicherung etc. aufnehmen wollen. Die Finanzierung erfolgt durch Ersparnisse und Rücklagen. Häufig stehen dann nur begrenzte Summen zur Verfügung.

- Viele ältere Eigentümer*innen sind zudem nicht mehr bereit, den Aufwand für die Planung und Überwachung komplexer Sanierungsvorhaben auf sich zu nehmen.

Dies hat zur Folge, dass umfangreichere Maßnahmen in mehreren Etappen umgesetzt werden müssen oder gar nicht erst angegangen werden.

Diese Anforderungen und Barrieren, die sich aus der Lebensphase ergeben, treffen für alle älteren Eigenheimbesitzer*innen zu. Daneben lassen sich weitere Motive und Barrieren in Bezug auf eine energetische Sanierung unterscheiden, die sich aus unterschiedlichen Einstellungen zum Eigenheim und zu einer Sanierung ergeben. Bei den älteren Hauseigentümer*innen sind vor allem die „Aufgeschlossenen Skeptiker*innen“ und die „Unreflektierten Instandhalter*innen“ wichtige Zielgruppen für eine Sanierung[3] (s. Kasten).

TYP AUFGESCHLOSSENE SKEPTIKER*INNEN

Die „Aufgeschlossenen Skeptiker*innen“ sind einer energetischen Sanierung gegenüber offen, fühlen sich aber bei der Planung und der Abschätzung des wirtschaftlichen Nutzens häufig überfordert. Sie scheuen zu große finanzielle Belastungen. Kommunikationsziel für diese Gruppe ist es, Unsicherheiten und Ängste gegenüber einer energetischen Sanierung abzubauen. Die Gruppe strebt den Werterhalt des Hauses an und ist für Technik aufgeschlossen. Dies kann in der Beratung aufgegriffen werden.

Was sind die Motive, das Haus zu sanieren und umzubauen?

- Werterhalt des Hauses > vererben
- Haus technisch auf den aktuellen Stand bringen
- Wohnkomfort verbessern
- Vorsorge für das Wohnen im Alter
- Klimaschutz nur nachrangiges Ziel

Auf welche Barrieren muss argumentativ eingegangen werden?

- Abneigung einen Kredit aufzunehmen
- Unsicherheit in Bezug auf den Nutzen energetischer Sanierungsmaßnahmen
- Befürchtung der Überforderung bei der Planung und Durchführung

Ansatzpunkte für Beratung und Kommunikation:

- Sinnvolle Maßnahmen können auch mit einem begrenzten Budget umgesetzt werden, wenn die Sanierung richtig, professionell und länger im Voraus geplant wird.
- Auch bei begrenztem Budget gibt es Möglichkeiten für eine energetische Optimierung ggf. ohnehin geplanter Maßnahmen.
- Möglichkeiten der Kreditaufnahme speziell für Senior*innen erläutern – und Maßnahmen für kleinere Budgets
- Sanierung managen – wie kann ein sinnvolles Vorgehen bei einer Sanierung aussehen?

TYP UNREFLEKTIERTE INSTANDHALTER*INNEN

Die „Unreflektierten Instandhalter*innen“ reagieren eher spontan auf nötige Sanierungs- oder Instandhaltungsaufgaben. Sie verfügen über geringe Vorkenntnisse über Energieeffizienz und energetisches Sanieren. Wesentliches Kommunikationsziel ist die Sensibilisierung für das Thema Energieeffizienz, aber auch ein vorausschauendes Vorgehen bei einer Sanierung, um energetisch sinnvolle Maßnahmen umzusetzen beziehungsweise geplante Maßnahmen energetisch zu optimieren.

Was sind die Motive, das Haus zu sanieren und umzubauen?

- Akute Defekte; Bauteile müssen ersetzt werden; oft auf Rat eines/einer Expert*in
- Heizenergie sparen und Energiekosten senken

Auf welche Barrieren muss argumentativ eingegangen werden?

- Wenig Interesse an Maßnahmen, die über das Notwendige hinausgehen
- Energie wird überwiegend mit Heizung in Verbindung gebracht
- Wenig risikofreudig

Ansatzpunkte für Beratung und Kommunikation:

- Auch bei begrenztem Budget gibt es Möglichkeiten für eine energetische Optimierung ggf. ohnehin geplanter Maßnahmen.
- Sofern Heizung im Mittelpunkt steht: Aufzeigen, durch welche weiteren Maßnahmen die Effizienz des Heizungssystems gesteigert werden kann.
- Anleitung geben, wie Sanierungsmaßnahmen schrittweise umgesetzt werden können.
- Checks (z. B. Heizungscheck, Gebäudechecks und EnergiesparChecks von co2online…) als Einstieg in eine weitergehende Beratung nutzen.

Foto: iStock.com / KatarzynaBialasiewicz

Welche Themen bewegen die Zielgruppe?

Die Befragungen, die im Projekt durchgeführt wurden, zeigen, dass bei der Beschäftigung mit dem Thema Wohnen im Alter ganz unterschiedliche Aspekte eine Rolle spielen können. Neben der Sorge über steigende Energiekosten sind dies vor allem das Bedürfnis nach Komfort und Behaglichkeit sowie der Schutz vor Einbrüchen und Vandalismus. Im Folgenden werden die zentralen Themenfelder vorgestellt, verbreitete Motive und Barrieren zu den entsprechenden Maßnahmen erläutert und Argumente entwickelt, mit denen diese Barrieren abgebaut und Synergien zwischen den verschiedenen Zielen und Maßnahmen erschlossen werden können.

ENERGETISCHE SANIERUNG

Energieeffizienz (unter Einschluss erneuerbarer Energien) bildet aus Sicht der Zielgruppe ein ambivalentes Thema: Energiesparen gilt bei älteren Hauseigentümer*innen überwiegend als sinnvoll und wichtig und bildet für viele den Anlass, sich mit dem Thema Sanierung zu beschäftigen. Allerdings ist die Auseinandersetzung mit dem Thema stark von Kosten-Nutzen-Argumentationen geprägt und eng auf die eigene, zeitlich begrenzte Wohnperspektive bezogen. Gewünscht werden Maßnahmen, deren Nutzen in einer realistischen Relation zur eigenen Lebenserwartung stehen.

Gegenüber zeitgemäßen Technologien gibt es eine grundsätzliche Offenheit. Komplizierte technische Anlagen und Geräte, deren Bedienung neues Eindenken und Umlernen erfordert, werden aber eher abgelehnt. Umweltschutz spielt bei der Entscheidung für eine energetische Sanierung nur eine untergeordnete Rolle. Im Vordergrund steht eher der Wunsch, Vorbild zu sein und Verantwortung für die Zukunft der Kinder zu übernehmen.

Teilweise bestehen große Vorbehalte oder eine klare Ablehnung in Bezug auf eine energetische Sanierung. Viele ältere Hauseigentümer*innen sind überzeugt, dass sich die erforderlichen Investitionen altersbedingt nicht mehr rechnen. Der kritische Diskurs gegenüber Dämmung sorgt zusätzlich für Verunsicherung.

Im Kund*innen- oder Beratungsgespräch können viele dieser Motive und Bedenken aufgegriffen werden, um ältere Eigentümer*innen für die Umsetzung möglichst hochwertiger energetischer Sanierungsmaßnahmen zu motivieren. Ansatzpunkte dazu sind beispielsweise:

- Akute Defekte wie ein undichtes Dach, eine kaputte Heizung, eine marode Fassade oder auch Maßnahmen zur Instandhaltung sind wichtige Anlässe zur Sanierung. Diese Anlässe können genutzt werden, um ältere Eigentümer*innen dazu zu motivieren, bei der Auswahl von Maßnahmen auf einen möglichst hohen aktuellen technischen Effizienzstandard zu achten (z. B. bei der Dacherneuerung).

- Eine Instandsetzung kann genutzt werden, um mit geringem Mehraufwand deutlich (mehr) Energie einzusparen, wenn beispielsweise beim Austausch des Heizungskessels gleich an die Optimierung der Heizkörper und der Heizungspumpe gedacht wird. Etwaigen Bedenken wegen hoher Kosten oder fehlender Wirtschaftlichkeit kann entgegengehalten werden, dass die Mehrkosten dieser Effizienzmaßnahmen im Vergleich zu den sowieso zu veranschlagenden Kosten gering sind.

- Bei der Empfehlung von Sanierungsoptionen sollten vor allem Maßnahmen mit einem mittleren Investitionsvolumen hervorgehoben werden, deren Nutzen in einer überschaubaren Perspektive (in einem Zeitraum von etwa zehn Jahren) plausibel gemacht werden kann (vgl. Kapitel „Geeignete Sanierungsmaßnahmen“).

- Um Bedenken gegenüber einem zu hohen Koordinierungs- und Planungsaufwand bei umfangreicheren Sanierungsvorhaben abzubauen, können Empfehlungen gegeben werden, in welcher sinnvollen Reihenfolge Maßnahmen auch schrittweise umgesetzt werden können. Bewährt hat sich dabei ein vereinfachter individueller Sanierungsfahrplan, mit dem anstehende Sanierungsmaßnahmen in eine sinnvolle Reihenfolge gebracht werden.

- Die Dauer der Baumaßnahmen sollte ebenfalls angesprochen und Möglichkeiten und Angebote aufgezeigt werden, die Eigentümer*innen entlasten (z. B. professionelle Baubegleitung oder Bauleitung durch ein Handwerksunternehmen, das die übrigen Gewerke koordiniert).

- Ebenso wichtig ist es, Argumente anzuführen, die Vorbehalte gegenüber einzelnen Maßnahmen abbauen. Relevant sind hier Themen wie beispielsweise Schimmelbildung, Vorbehalte gegenüber Außenwanddämmung oder Erklärungen, warum sich eine Wand kalt anfühlt.

KOMFORTABEL UND BARRIEREFREI WOHNEN IM ALTER

Beweglichkeit und Schnelligkeit von Bewegungen sowie die Körperkraft nehmen im Alter ab, dies gilt auch für Geschicklichkeit, Feinmotorik und Reaktionszeit. Typische Einschränkungen im Alter haben auch ohne konkrete Erkrankung damit zu tun: erschwertes Treppensteigen, Unsicherheit bei rutschigen Oberflächen (Badewanne u. ä.), fehlende Kraft beim Herablassen der Rollläden, eingeschränktes Gesichtsfeld beziehungsweise Sicherheitsgefühl an der Haustür etc.

Entsprechende Erfahrungen älterer Menschen in Bezug auf Unsicherheit/Einschränkung können als Beratungs-/Kommunikationsanlässe genutzt werden, um den Bedarf für altersgerechte Sanierungsmaßnahmen hervorzuheben. In der Kommunikation sollten primär Motive angesprochen werden, die mit dem Bedürfnis nach einem selbstständigen Wohnen im Alter verbunden sind, zum Beispiel Selbstständigkeit, Komfort, Vereinfachung und Entlastung. Das Thema Energieeffizienz kann dann als sinnvolle Optimierung von Maßnahmen zur Verbesserung des Wohnkomforts und zum Abbau von Barrieren ins Spiel gebracht werden. Welche Maßnahmen sich dafür besonders eignen, zeigt das Kapitel „Geeignete Sanierungsmaßnahmen“.

Bereits kleine Maßnahmen können den Wohnkomfort spürbar verbessern und zur Verringerung des Energieverbrauchs beitragen: Der Einbau elektrischer Rollläden ermöglicht eine erleichterte Bedienung – wird dabei der Rollladenkasten gleich mitgedämmt, kann Energie gespart werden. Wird beim Einbau von energieeffizienten Fenstern auf niedrige Griffe geachtet, sind diese auch für Menschen im Rollstuhl leicht zu erreichen.

Viele Ältere machen sich Gedanken über die Nutzung des Hauses. Die Funktionen der Räume ändern sich mit dem Auszug der Kinder (teilweise auch der Eltern). Das Haus ist häufig „zu groß“, oft gibt es nicht genutzte Räume. Manchmal werden bauliche Maßnahmen durchgeführt, um die Raumnutzung den eigenen Wünschen und Bedürfnissen anzupassen. Häufig wird das Bad modernisiert oder vergrößert. Größere Umbauten am Haus werden aber nur vereinzelt umgesetzt.

Obwohl der Abbau von Barrieren und die altersgerechte Gestaltung des eigenen Hauses eine wichtige Voraussetzung für ein selbstständiges Wohnen im Alter darstellen, tun sich viele Hauseigentümer*innen mit diesem Thema schwer. Dies zeigen auch die Ergebnisse der Evaluation: Von den Befragten wird Barrierefreiheit eher selten als wichtiges Thema genannt, dagegen gehört die Verbesserung von Behaglichkeit und Wohnkomfort zu den am häufigsten angeführten Motiven für die Auseinandersetzung mit einer altersgerechten Sanierung. Auch die Auswertung der Beratungen zeigt, dass Maßnahmen zur Barrierefreiheit im Beratungsgespräch im Vergleich zu Energieeffizienz und Einbruchschutz deutlich seltener angesprochen wurden und bei der Umsetzung kaum eine Rolle spielten.

Dennoch bilden Barrierefreiheit/Wohnkomfort einen unverzichtbaren Bestandteil eines integrierten altersgerechten Beratungsangebots. Denn so kann eine frühzeitige Sensibilisierung für das Thema Wohnkomfort im Alter erreicht werden, das sonst häufig erst dann thematisiert wird, wenn zum Beispiel aufgrund eines Sturzes ein akuter Anlass zur Umgestaltung der Wohnung entstanden ist.

SICHERHEIT/EINBRUCHSCHUTZ

Sicherheit vor Einbrüchen und Vandalismus gilt nicht als spezielles Altersthema, aber das Bedürfnis nach einem abgesicherten Haus nimmt im Alter zu, insbesondere, wenn Personen allein im Haus wohnen. Berichte über Einbrüche sind im sozialen Umfeld vielfach präsent. Sicherheit ist daher ein Thema, das viele ältere Hauseigentümer*innen bewegt.

Einbruchschutz und Sicherheit können daher einen wichtigen Anstoß geben, sich mit dem Thema altersgerechte Sanierung aktiv zu beschäftigen. Beim Austausch von Fenstern und Türen kann es zu Synergien mit energetischen Maßnahmen kommen, die bei der Beratung oder in Online-Angeboten gezielt hervorgehoben werden sollten.

Das hohe Interesse am Thema Sicherheit belegt die Evaluation der Beratungsangebote. Vor allem älteren Hausbesitzer*innen ist der Schutz vor Einbrüchen ein wichtiges Anliegen. Auch in den Beratungsgesprächen und bei der Umsetzung von Sanierungsmaßnahmen spielt Einbruchschutz eine wichtige Rolle. Der Austausch von Fenstern stellt dabei eine häufig umgesetzte Maßnahme dar.

Allerdings bleibt das Engagement nach dieser erfolgreichen Sensibilisierung weitgehend auf punktuelle Verbesserungen beschränkt. Weitergehende Maßnahmen zur Steigerung der Energieeffizienz werden nur vereinzelt durchgeführt.

FINANZIERUNG

Neben inhaltlichen Fragen sollte dem Thema Finanzierung bei der Kommunikation mit älteren Hauseigentümer*innen ein besonderer Stellenwert eingeräumt werden. Folgende Argumente können dazu beitragen, grundsätzliche Bedenken gegenüber Krediten abzubauen:

- Banken sind in der Regel bereit, auch älteren Eigentümer*innen Kredite zu gewähren. Viele Kreditinstitute bieten Darlehen für Modernisierungsmaßnahmen zu vergleichsweise günstigen Konditionen, ohne dass diese im Grundbuch abgesichert werden müssen.

- Solche Angebote sind vor allem für Maßnahmen mit einem geringen oder mittleren Investitionsvolumen attraktiv, für die aufgrund der geringen Investitionssumme keine geförderten KfW-Kredite in Anspruch genommen werden können.

- Nicht zuletzt kann darauf hingewiesen werden, welcher Nutzen (Wohnkomfort, Energieeinsparung etc.) nicht realisiert werden kann, wenn auf kreditfinanzierte Sanierungsmaßnahmen verzichtet wird.

Foto: iStock.com / Detailfoto

Geeignete Sanierungsmaßnahmen

Welche energetischen Sanierungsmaßnahmen sind für die Zielgruppe der älteren Eigentümer*innen überhaupt von Interesse? Und sind diese auch aus Klimaschutzsicht relevant? Auf Basis von Literaturauswertungen, Expertengesprächen und Fokusgruppen wurden folgende Kriterien für die Eignung von Sanierungsoptionen entwickelt:

- **Investitionskosten:** Maßnahmen mit hohen Investitionskosten sind für die Zielgruppe wenig attraktiv: Die eigene Wohnperspektive wird als begrenzt bzw. deren Länge als unsicher wahrgenommen. Der Zugang zu Krediten gilt als schwierig und ist für viele wenig attraktiv. Es werden deshalb vor allem Maßnahmen umgesetzt, die aus Rücklagen finanziert werden können.

- **Einbruchschutz/Sicherheit:** Einbruchschutz ist für die Zielgruppe ein wichtiges Thema. Beim Austausch von Fenstern und Türen kann es zu Synergien mit energetischen Maßnahmen kommen. Sicherungsmaßnahmen können aber auch durch den Einbau von Rollläden und Gittern erfolgen – dann entfällt der Austausch.

- **Barrierefreiheit:** Der Abbau von Barrieren im und am Gebäude ist eine wichtige Voraussetzung für ein selbstständiges Wohnen im Alter. Es gibt jedoch nur wenige energetische Maßnahmen, die mit entsprechenden Umbauten direkt kombinierbar

sind. Dazu gehören eine barrierefreie Erschließung in Kombination mit dem Einbau energieeffizienter Türen (ggf. auch Terrassen- oder Balkontüren), die Dämmung von Eingangsbereich/Treppenhaus, der Einbau von niedrigeren (energieeffizienten) Fenstern für Rollstuhlfahrer*innen. Mit einer Badsanierung kann es ggf. zur Umstellung der Warmwasserbereitung, dem Einbau neuer Heizkörper im Bad und damit verbunden ggf. einer Optimierung des Heizungssystems kommen. Zudem wird im Zuge eines barrierefreien Umbaus teilweise der Grundriss verändert.

- **Umbau:** Nach dem Auszug der Kinder kann die Raumnutzung durch Umbauten den eigenen Wünschen und Bedürfnissen angepasst werden. Häufig wird das Bad modernisiert oder vergrößert. Vereinzelt werden Räume so gestaltet, dass in Zukunft die Nutzung auf eine Ebene beschränkt werden kann. Solche Umbauten können mit einer energetischen Optimierung, zum Beispiel der Warmwasserversorgung oder einer Dämmung von Fassaden im Falle eines Anbaus verbunden werden.

- **Instandsetzung:** Akute Defekte und Instandsetzungen (Dach undicht, Heizung kaputt, Fassade marode) sowie teilweise auch Instandhaltungen sind auch bei dieser Zielgruppe ein wichtiger Sanierungsanlass. Viele Eigentümer*innen beschränken sich hierbei jedoch auf das Notwendigste, um die Funktion des Hauses sicherzustellen. Andere sind grundsätzlich bereit zum Werterhalt des Hauses auch weitergehende Maßnahmen zu ergreifen. Allerdings wird der Koordinierungs- und Planungsaufwand umfangreicherer Maßnahmen von den meisten Eigentümer*innen gescheut, sodass in der Regel Einzelmaßnahmen umgesetzt werden.

Die Übersicht (Tabelle 2) zeigt, dass aus Klimaschutzsicht die Dämmung von Dach und Außenwand sowie der Wechsel zu erneuerbaren Energien besonders relevant sind. Diese sind jedoch in der Regel teuer und haben wenig direkte Berührungspunkte mit den Sanierungsanlässen und -motiven der Zielgruppe 60plus. Dagegen sind der Austausch von Fenstern und Türen sowie die Heizungsoptimierung für die Zielgruppe interessante Maßnahmen – allerdings mit nur geringer Klimaschutzwirkung. Dies bedeutet jedoch nicht, dass die Zielgruppe nicht für Maßnahmen mit höherer Klimaschutzwirkung ansprechbar ist: Denn alle Sanierungsanlässe eignen sich als Einstieg in die Auseinandersetzung mit dem Zustand des eigenen Hauses. Wird das Gebäude als Ganzes in den Blick genommen, so ist der unmittelbare Zusammenhang zwischen den Anlässen und Motiven und den jeweiligen Maßnahmen nicht mehr so zentral und es können insgesamt die einzelnen energetischen und nicht-energetischen Sanierungsmaßnahmen Teil der Sanierungsplanung werden. Hierfür eignet sich ein integrierter Beratungsansatz, der aufbauend auf dem jeweiligen Sanierungsanlass und -motiv auch die Möglichkeiten energetischer Sanierungsmaßnahmen in den Blick nimmt.

Tab. 2: Bewertung energetischer Sanierungsmaßnahmen aus Sicht der Zielgruppe 60plus

Erläuterung der Farben: Grün: hohe Wirkung/sehr geeignet; Gelb: mittlere Wirkung/teilweise geeignet; Orange: geringe Wirkung/weniger geeignet

Maßnahme	Bedeutung für Klima-schutz	Investitions-höhe	Einbruch-schutz	Barrierefrei-heit	Instand-setzung	Umbau
Gebäudehülle						
Außenwand-dämmung	hoch	hoch	nein	teilweise	teilweise	teilweise
Dachdämmung (inkl. neues Dach)	hoch	hoch	nein	nein	ja	ja
Dachdämmung (von innen)	hoch	mittel	nein	nein	nein	ja
Dämmung oberste Geschossdecke	mittel	gering	nein	nein	nein	nein
Dämmung Kellerdecke	mittel	gering	nein	nein	nein	nein
Austausch Fenster	gering	mittel	ja	teilweise	ja	Ja
Austausch Türen	gering	gering	ja	ja	ja	Ja
Neuer Wärmeerzeuger						
Gas-Brennwert/ Öl-Brennwert	mittel	mittel	nein	nein	ja	teilweise
Luft-Wärme-pumpe	hoch	hoch	nein	nein	teilweise	teilweise
Solarthermie zusätzlich	mittel	mittel	nein	nein	teilweise	teilweise
Holzpellet	hoch	hoch	nein	nein	teilweise	teilweise
Heizungsoptimierung						
neue Umwälz-pumpe	gering	sehr gering	nein	teilweise	ja	teilweise
hydraulischer Abgleich	mittel	sehr gering	nein	teilweise	teilweise	teilweise
neue Ventile	gering	sehr gering	nein	teilweise	nein	teilweise

Foto: iStock.com / gradyreese

Was sollte bei der Ansprache der Zielgruppe besonders beachtet werden?

LEBENSPHASE „ÄLTERWERDEN“ DIREKT ANSPRECHEN ODER NICHT?

Bei der Ansprache der Zielgruppe Hauseigentümer*innen 60plus stellt sich die Frage, ob es sinnvoll ist, das Alter explizit anzusprechen oder nicht. Im Projektverbund haben wir entschieden, für die öffentliche Kommunikation den Slogan „Unser Haus: effizient, komfortabel, sicher“ zu verwenden. Es ging darum zu vermeiden, dass sich ältere Menschen stigmatisiert fühlen. Daher haben wir eine altersneutrale Ansprache gewählt. Um diese Einschätzung zu überprüfen, wurden bei der anschließenden Evaluation die Teilnehmer*innen der Befragung gebeten, unterschiedliche Claims zu bewerten. Das Ergebnis hat uns überrascht: Die Formulierungen „Älterwerden im eigenen Haus“ oder „Gutes Wohnen im Alter“ schnitten weitaus besser ab als solche, die das Thema Wohnen im Alter nur indirekt ansprachen. In Verbindung mit Wohnen werden die Begriffe „Alter“ oder „Älterwerden“ offensichtlich nicht als negativ oder abschreckend wahrgenommen.

AN DER LEBENSWELT ORIENTIEREN

Beratungsangebote für ältere Hauseigentümer*innen sollen eine Orientierung über das Wohnen im Alter ermöglichen. Dazu müssen sie an den Bedürfnissen der Ratsuchenden ansetzen und flexibel auf die jeweiligen Fragen eingehen. Anders als bei thematischen Beratungsangeboten stehen also nicht das Gebäude und spezifische Themenfelder (Energieeffizienz, Einbruchschutz etc.) im Vordergrund, die systematisch abgearbeitet werden. Vielmehr geht es darum, die Schwerpunkte des Beratungsgesprächs ausgehend von der Situation und den konkreten Fragen der Ratsuchenden zu entwickeln. Für die Berater*innen stellt dies eine erhebliche Herausforderung dar. Für eine Orientierungsberatung sollte daher mehr Zeit als bei einer gewöhnlichen Beratung veranschlagt werden.

AUF BEDÜRFNISSE VON MÄNNERN UND FRAUEN EINGEHEN

In vielen Haushalten gibt es eine implizite Arbeitsteilung zwischen den Geschlechtern. Während technische und ökonomische Aspekte vor allem für Männer interessant sind, setzen sich Frauen häufig mit den alltagspraktischen Auswirkungen einer Sanierung auseinander: Welche Veränderungen bringt die neue Heizung, Dämmung etc. im Alltag mit sich? Wie lange dauert die Sanierung, welche Belästigungen durch Dreck und Lärm sind während dieser Zeit zu erwarten? Daher sollte nicht nur die Person, die die Beratung nachfragt, in den Blick genommen werden, sondern auch der Partner oder die Partnerin, deren Vorbehalte und Einstellungen im Entscheidungsprozess oft eine maßgebliche Rolle spielen. Wichtig ist zudem, grundlegende Zusammenhänge in Bezug auf die energetischen Eigenschaften des Hauses einfach und anschaulich zu erklären.

KOMPETENT MACHEN FÜR DAS THEMA SANIERUNG

Viele ältere Hausbesitzer*innen sind unsicher, weil sie befürchten, dass ihnen die technischen und fachlichen Grundlagen für das Gespräch mit Handwerker*innen etc. fehlen. Wichtig ist daher, diesen Bedenken in der Beratung wertschätzend gegenüberzutreten und grundlegende Begriffe, Schritte und Abläufe bei der Planung und Durchführung einer Sanierung zu erläutern. Dazu gehören beispielsweise Fragen wie: Was muss ein gutes Angebot enthalten? Wie finde ich einen qualifizierten und kompetenten Handwerksbetrieb?

LANGFRISTIGE PERSPEKTIVE EINNEHMEN

Umfangreichere Sanierungsentscheidungen betreffen nicht nur die aktuellen Hauseigentümer*innen. Auch die potenziellen Erb*innen, die unter Umständen in die Finanzierung der Maßnahmen eintreten müssen, sind oft implizit in die Entscheidung eingebunden. Bei der Beratung sollte daher gegebenenfalls angesprochen werden, wie die Kinder die geplante Sanierung sehen und auf Themen wie Nachnutzung, Wiederverkaufswert etc. eingegangen werden.

VERÄNDERTE WAHRNEHMUNG IM ALTER BERÜCKSICHTIGEN

Einschränkungen, die sich zum Beispiel durch das Nachlassen von Sehschärfe und Hörvermögen sowie durch die langsamere Informationsaufnahme und -verarbeitung ergeben, müssen bei der Ansprache älterer Menschen besonders berücksichtigt werden. Im Gespräch sollte eine deutliche, langsame und auch einfach verständliche Sprache (kein Fachjargon) verwendet werden. Es sollte auf eine angepasste Sprechgeschwindigkeit geachtet werden. Ein häufiger Wechsel zwischen Themen sollte vermieden werden. Bei Druckerzeugnissen sollten ausreichende Schriftgrößen sowie prägnante Farbunterschiede verwendet werden (weitere Hinweise zur altersgerechten Gestaltung von Online-Angeboten finden sich im Abschnitt „Webportal“).

Foto: iStock.com/Wavebreakmedia

Mit welchen Angeboten können lokale Akteure die Zielgruppe unterstützen?

INTEGRIERTE BERATUNGSANGEBOTE

Im Rahmen des Vorhabens Sanieren 60plus wurde ein integrierter Beratungsansatz gewählt, das heißt in der Beratung wurden die Themen Energieeffizienz, Sicherheit und Barrierefreiheit gemeinsam behandelt. Dadurch konnten im Vergleich zu einer nur energetischen Beratung neue Zielgruppen erschlossen werden: So waren Einbrüche in der Nachbarschaft ein häufiger Anlass für die Beratung. Vereinzelt wurden auch (drohende) körperliche Einschränkungen genannt, die zu einer Auseinandersetzung mit dem Thema Barrierefreiheit geführt haben. Daneben gab es auch Ratsuchende mit primär energetischen Fragen. Auch wenn die Sanierungsanlässe unterschiedliche waren, so bestand fast immer eine große Offenheit der Beratenen für Hinweise zu energetischen Maßnahmen am Gebäude. Durch einen integrierten Beratungsansatz können also neue Zielgruppen für die energetische Beratung gewonnen werden.

Um in der Beratungssituation die unterschiedlichen Themenbereiche zu berücksichtigen, empfiehlt es sich, einen Beratungsbogen oder Leitfaden in Zusammenarbeit mit den Berater*innen zu entwickeln. Dabei ist zu berücksichtigen, dass in einer Beratung in der Regel nicht alle drei Themenbereiche umfassend besprochen werden können. Die Vielfalt an Themen kann sonst zu einer Überforderung der Ratsuchenden führen. Die Beratung sollte deshalb nicht überfrachtet werden, sondern es sollten die Themen und Bedürfnisse der Beratenen im Mittelpunkt stehen. Dabei hat es sich bewährt, bereits bei der Terminkoordination mit dem/der Berater*in Schwerpunktthemen zu erfragen, die bei der Beratung vertieft werden sollen.

Das bedeutet nicht, dass nicht auch von Seiten der Berater*innen neue Themen eingebracht werden können. Ein Vorteil der themenübergreifenden Beratung ist ja gerade, dass während der Beratung neue Themen aufkommen und bearbeitet werden können. Dem/der Berater*in sollte ausreichend Zeit eingeräumt werden, um Nachfragen direkt zu klären und so die Akzeptanz der vorgeschlagenen Maßnahmen zu erhöhen. Um Schwachstellen und sanierungsbedürftige Bauteile zu identifizieren, empfiehlt es sich, die Beratung vor Ort zu machen und dabei auch einen Rundgang durch das Haus einzuplanen. Damit Berater*innen in den verschiedenen Themenbereichen kompetent sind, müssen sie umfassend geschult werden. Hierzu erfolgten im Vorhaben Sanieren 60plus eine Schulung von Energieberater*innen zu den Themen zielgruppengerechte Kommunikation, Sicherheit und Barrierefreiheit durch Präventionsberater*innen der Polizei bzw. Wohnberater*innen.

Nach der Beratung ist es wichtig, dass den Beratenen die Empfehlungen auf kurze und anschauliche Art schriftlich zur Verfügung gestellt werden. Hierfür empfiehlt sich ein leicht auszufüllendes Formular inklusive Durchschlag, damit die Berater*innen dieses möglichst schon vor Ort oder gleich im Anschluss ausfüllen und den Ratsuchenden überlassen können. Bewährt hat sich außerdem ein Ordner oder Hefter, in dem Beratungsunterlagen und weiterführende Informationen zu den behandelten Themen und zu regionalen Beratungsangeboten etc. übersichtlich aufbewahrt werden können. Bei umfassenderem Beratungsbedarf reicht gegebenenfalls die kurze Erstberatung nicht aus, sodass auf weitere Beratungsangebote verwiesen werden kann. Als hilfreich hat sich das Angebot einer Nachbetreuung durch die Berater*innen erwiesen. Dieses haben Beratene insbesondere genutzt, um Nachfragen zu stellen, die meist im Zuge der Entscheidungsfindung oder der Einholung von Angeboten auftraten. Gerade wenn Empfehlungen von Handwerker*innen anders lauten, kann es für die Eigentümer*innen sehr wichtig sein, noch mal mit den Berater*innen zu sprechen.

SCHULUNG VON HANDWERKER*INNEN UND ENERGIEBERATER*INNEN

Handwerker*innen und Energieberater*innen spielen eine zentrale Rolle in der Beratung und auf dem Weg zur Umsetzung von Maßnahmen. Beide Berufsgruppen haben direkten Kontakt zur Zielgruppe, müssen in der Lage sein, qualifizierte Empfehlungen auszusprechen und nehmen eine Vertrauensposition auf dem Weg zur Sanierung eines Gebäudes ein. Hierzu sind neben einer fachlichen Qualifikation im Hinblick auf die Zielgruppe vor allem kommunikative Aspekte zu berücksichtigen. Ein erster Schritt im Rahmen einer Schulung ist es, sich mit den Bedürfnissen der Zielgruppe auseinanderzusetzen und geeignete Wege zur Ansprache zu finden.

Alterssimulationsanzüge (d. h. Anzüge, die altersbedingte Einschränkungen von Beweglichkeit, Kraft, Gesichtsfeld etc. erlebbar machen) bieten gute Möglichkeiten, sich in die Lage der Beratenen zu versetzen und deren Bedürfnisse im Hinblick auf bauliche Gegebenheiten und kommunikative Aspekte unmittelbar selbst zu erleben.

Neben der Vermittlung von theoretischem Wissen in den Bereichen barrierefreies Bauen und Sanieren sowie Sicherheit, profitieren Handwerker*innen und Energieberater*innen vor allem durch praktische Hinweise für die Umsetzung. Wichtig ist hierbei, innerhalb der Schulung Raum für den direkten Austausch von Lösungen und die Vernetzung untereinander zu schaffen. Weiterhin bieten Ausstellungen von Wohnberatungen und Musterhäuser die Möglichkeit, Lösungen in Augenschein zu nehmen und selbst auszuprobieren. Praxisbeispiele mit Lösungen für die Umsetzung vermitteln nicht nur theoretisches Wissen, sondern zeigen auch auf, wie die Bereiche Energieeffizienz, Barrierefreiheit und Sicherheit bei der Sanierung miteinander verzahnt werden können. Referent*innen für diese Themen finden sich vor allem in Wohnberatungen, bei der Polizei, in Kommunikationsagenturen und Architekturbüros.

Des Weiteren macht es Sinn, dass Berater*innen und Handwerker*innen über das Beratungsangebot zu den entsprechenden Themen in der jeweiligen Region informiert sind und Akteure und Ausstellungen kennen. Dadurch sind sie in der Lage, diese Beratungsangebote weiterzuempfehlen und sich selbst bei komplexen Fragestellungen bei diesen Stellen zu informieren. Es ist außerdem von Vorteil, diese Akteure frühzeitig mit in das Projekt einzubinden. Synergien ergeben sich nicht nur durch Erfahrungsaustausch im Bereich der Schulung, sondern auch bei der Bewerbung des Beratungsangebots.

Im Rahmen der Schulung sollten auch die Vorteile von Gewerke übergreifendem Arbeiten und dem Zusammenschluss in Netzwerken herausgearbeitet werden. Gerade bei komplexen Projekten, die sich über unterschiedliche Fachbereiche erstrecken, ergeben sich hierdurch zahlreiche Vorteile. Eine Schulung kann auch als Auftakt für die Gründung eines solchen Netzwerks im Teilnehmer*innenkreis dienen, falls noch keine entsprechenden Strukturen bestehen. Ein regelmäßiger Erfahrungsaustausch im Anschluss an die Schulung trägt zur weiteren Qualifikation bei, stärkt die Zusammenarbeit und bietet Möglichkeiten für weiteren Input im Teilnehmer*innenkreis.

REGIONALE NETZWERKE

Ein wichtiger Baustein bei der Umsetzung einer Kampagne zur Ansprache älterer Hauseigentümer*innen ist eine gute Vernetzung vor Ort. Wichtige Kooperationspartner sind hierbei zunächst Akteure aus dem Bereich energetische Sanierung (Energieberater*innen, Handwerker*innen, Architekt*innen, Verbraucherzentrale etc.). Wird ein integrierter Beratungsansatz unter Einbeziehung der Aspekte Sicherheit und Barrierefreiheit gewählt, so sind darüber hinaus die Präventionsberatung der Polizei sowie Anbieter*innen von Wohnberatungen wichtige Partner.

Im Land Bremen arbeitet die gemeinnützige Bremer Energie-Konsens GmbH bereits seit Jahren in den Netzwerken „Bremer Modernisieren“ bzw. „Bremerhavener Modernisieren“ mit Akteuren aus dem Bereich energetische Sanierung zusammen. Wichtige Akteure im Netzwerk sind unter anderem Haus & Grund Bremen, die

Verbraucherzentrale Bremen, die Bremer Umwelt Beratung und die Bremer Aufbaubank. Durch das Projekt Sanieren 60plus wurden als weitere Akteure die Präventionsberatung der Polizei und kom.fort, die Beratungsstelle für barrierefreies Bauen und Wohnen, gewonnen. Das Netzwerk trifft sich ca. alle drei Monate, gibt quartalsweise ein gemeinsames Veranstaltungsprogramm heraus und organisiert regelmäßig einen gemeinsamen Stand auf den Bremer Altbautagen. Die regelmäßigen Netzwerk-Treffen bewirken, dass die Partner ihre jeweiligen Beratungsangebote koordinieren können und gemeinsame Aktivitäten umgesetzt werden.

In der Region Hannover wurden ebenfalls im Vorfeld und begleitend zur Entwicklung des integrierten Beratungsangebots Beziehungen zu regionalen Netzwerken und wichtigen Akteuren aus den Bereichen Gebäudemodernisierung, Barrierefreiheit und Sicherheit auf- bzw. ausgebaut. Hierzu zählen unter anderem das Netzwerk Modernisierungspartner – ein Zusammenschluss von ausführenden Gewerben in der energetischen Gebäudemodernisierung –,das Reifenetzwerk bestehend aus erfahrenen Unternehmen und Dienstleistern mit dem Fokus auf die Zielgruppe 50plus sowie das Netzwerk Zuhause Sicher, welches sich für die Stärkung der Kriminalprävention in der Bevölkerung einsetzt. Zentrale Partner für die Umsetzung waren die Technische Präventionsberatung der Polizeidirektion Hannover und die Wohnberatung der Region Hannover. Um die Öffentlichkeitsarbeit möglichst effektiv und weitreichend zu gestalten, wurde das Netzwerk um Klimaschutzmanager*innen, Gleichstellungsbeauftragte und Mehrgenerationenhäuser in der Region Hannover ergänzt. Diese Partner konnten nicht nur zum Gelingen der Kampagne beitragen, sondern auch ihr eigenes Wissen durch das Vorhaben erweitern.

ÖFFENTLICHKEITSARBEIT: WIE KANN MAN AUFMERKSAMKEIT SCHAFFEN?

Aufmerksamkeit für das Thema energetische Sanierung und ein neues Beratungsangebot zu erzeugen, ist mit einem hohen Aufwand verbunden: Viele ältere Eigentümer*innen müssen erst mal für das Thema sensibilisiert werden. Um lokal Aufmerksamkeit zu bekommen, ist die Einbeziehung lokaler Medien der wichtigste Kommunikationsweg. Eine Befragung der Beratungsteilnehmer*innen hat gezeigt, dass die meisten Befragten über die Tagespresse von dem Angebot erfahren haben.

Für die Ansprache der Medien ist es wichtig, Kommunikationsanlässe zu schaffen oder zu nutzen. In Bremen und der Region Hannover wurde in dem Vorhaben Sanieren 60plus jeweils der Start des Angebots für eine intensive Pressearbeit genutzt. In Bremen konnten durch eine Kooperation des Netzwerks mit einer lokalen Zeitung regelmäßig Artikel auf den Immobilienseiten platziert werden. Dabei wurde die Erfahrung gemacht, dass sich entsprechende Artikel unmittelbar auf die Anzahl an Beratungsanfragen auswirken – und teilweise melden sich Eigentümer*innen auch noch Monate später unter Bezugnahme auf Medienberichte. Insgesamt dauert es einige Zeit, bis ein neues Angebot bekannt ist und auch angenommen wird. Auch ist das Interesse je nach Jahreszeit unterschiedlich, im Herbst und Winter gab es eine deutlich höhere Nachfrage. Dies ist bei der Planung von Kampagnen zu berücksichtigen.

Erfolgreich war auch die direkte Ansprache der Zielgruppe beispielsweise auf Messen oder Infoveranstaltungen. So waren die Partner in Bremen auf den Altbautagen und auf einer Seniorenmesse mit einem Stand präsent und haben dort interessierte Hauseigentümer*innen direkt angesprochen. In Hannover wurde die Verbrauchermesse B.I.G. hierfür ausgewählt. Auch wenn viele Besucher*innen sich nicht direkt für die Beratung interessieren, so erfolgt dennoch im Gespräch häufig eine erste Sensibilisierung für das Thema.

Bei der Durchführung von Informationsveranstaltungen hat sich die Zusammenarbeit mit Partnern als erfolgreich erwiesen. Diese stellten teilweise Veranstaltungsorte und Referent*innen zur Verfügung – und konnten in ihren Kreisen für die Veranstaltung werben. Auch sonst ist es förderlich, wenn die Partner das Angebot aktiv bewerben, beispielsweise im Rahmen ihrer eigenen Beratungen oder Veranstaltungen. Damit dies für die Partner attraktiv ist, kann eine Bewerbung in beide Richtungen hilfreich sein.

In dem Vorhaben Sanieren 60plus haben sich lokale Kampagnen bewährt. Hierfür ist es notwendig, Akteure mit ins Boot zu holen, die vor Ort mit der Zielgruppe in Kontakt stehen und deren Vertrauen genießen. So wurde in Bremen für eine Stadtteilkampagne erfolgreich Kontakt mit einer aktiven Kirchengemeinde aufgenommen. In der Region Hannover wurde die Beratung als Kampagnenformat in einzelnen Kommunen und Quartieren angeboten. Die zeitliche Beschränkung schaffte einen Anreiz, zeitnah aktiv zu werden, anstatt die Kontaktaufnahme für eine Beratung auf die lange Bank zu schieben.

Die Kampagnen vor Ort umfassten eine Musterberatung im Haus einer lokal bekannten Person unter Beisein von Pressevertreter*innen und eine Infoveranstaltung an öffentlichkeitswirksamen Veranstaltungsorten (Rathäuser) sowie diverse Maßnahmen zur Bewerbung der Angebote (Hauswurfsendungen, Plakate, Stände auf Wochenmärkten etc.). Die Musterberatung war ein Aufhänger für Berichte in den lokalen Medien, die auch bei regionalen Kampagnen wichtig für die Ansprache sind.

WEBPORTAL/INTERNETAUFTRITT

Heutzutage ist das Internet die erste Anlaufstelle, um sich ausgiebig über Produkte, Dienstleistungen und deren Preise zu informieren. Bevor eine Beratung in Anspruch genommen wird, informieren sich 96 Prozent der Verbraucher*innen eigenständig im Internet[4]. Auch die ältere Zielgruppe ist online: Laut der ARD/ZDF-Onlinestudie 2018 nutzten 82,4 Prozent der 60- bis 69-Jährigen und 96,6 Prozent der 50- bis 59-Jährigen 2018 das Internet. Auch bei der Befragung der Besucher*innen von co2online.de wurde das Internet als häufigste Quelle für Informationen zum Thema Wohnen im Alter genannt.

Besonders zur Stärkung von regionalen Vor-Ort-Beratungsangeboten empfiehlt es sich, das Internet zu nutzen. Denn fast drei Viertel (70 Prozent) der Befragten, die sich für Themen rund um Wohnen im Alter interessieren, interessieren sich auch für Beratungsangebote in der Nähe. Sie suchen nach Hilfestellungen, ob sich Sanierungs- und Modernisierungsmaßnahmen für sie rechnen und wollen mehr über mögliche Maßnahmen für eine altersgerechte und komfortable Modernisierung des Hauses wissen.

Werden Vor-Ort-Beratungsangebote mit hilfreichen Erstinformationen im Internet verknüpft, so erhöht sich die Chance, von interessierten Nutzer*innen bei Google, Yahoo, Bing & Co. gefunden zu werden. Gleichzeitig stellt dies sicher, dass Verbraucher*innen direkt Kontakt mit den entsprechenden Stellen aufnehmen bzw. die Vor-Ort-Beratung in Anspruch nehmen können. Anregungen, wie ein Online-Informationsangebot gestaltet werden kann, bietet das Portal www.unser-haus-sanieren.de.

Gewünschte Informations- und Beratungsangebote im Internet[5]:

1. Kostenrechner mit Beispielmaßnahmen und Kosten
2. Fachartikel zum Nachlesen
3. Fördermittelübersicht
4. Interaktiver Online-Ratgeber zum schnellen Ermitteln der persönlichen Möglichkeiten
5. Möglichkeiten zum Finden vertrauenswürdiger Handwerker*innen in der Nähe

Barrierefreiheit im Internet

Da die Zielgruppe der älteren Hauseigentümer*innen zu großen Teilen geübt ist im Umgang mit dem Internet, ist es nicht nötig, ein „spezielles Portal für Senior*innen" zu erstellen. Im Alter entstehen jedoch häufiger körperliche Einschränkungen, die die Nutzung von Online-Angeboten erschweren können. Bei vielen älteren Menschen lassen die Augen und das Gehör nach, die Beweglichkeit der Finger sowie die Fähigkeit, Kontraste wahrzunehmen, verschlechtert sich.

Einschränkungen auf einen Blick

- Erschwerte Wahrnehmung von Farbunterschieden
- Zu kleine Schriften können nicht gelesen werden
- Geschicklichkeit, Feinmotorik und Reaktionszeit lassen nach
- Langsamere Informationsaufnahme und -verarbeitung

Diesen Einschränkungen kann mit einer barrierefreien Website-Gestaltung entgegengewirkt werden. Dazu gehören folgende Aspekte, die auch anderen Nutzer*innen zugutekommen.

Wichtig ist, ausschließlich relevante und zum Thema passende Informationen anzubieten. Die Informationen sollten übersichtlich und nachvollziehbar dargestellt sein und Orientierung geben. Links sollten deutlich erkennbar und mit einem Alt-Text versehen sein, der beschreibt, auf welche Informationen verlinkt wird. Zudem sollten alle Informationen auch ohne bzw. mit nur geringen Englischkenntnissen sowie mit wenig Online-Know-how verständlich sein.

Auf der Informationsplattform „BIK für Alle" finden sich zahlreiche Umsetzungshilfen zu barrierefreiem Webdesign, wie Leitfäden und Webinare.

WEITERFÜHRENDE RESSOURCEN UND KONTAKTE ZU THEMEN UND ANGEBOTEN

Beratung zum altersgerechten Umbau

In vielen Städten und Gemeinden gibt es Wohnberatungsstellen. Diese bieten Vor-Ort-Beratung, bei der Fragen zum altersgerechten Umbauen beantwortet, geeignete Maßnahmen und Hilfsmittel besprochen und geplant und auch die Finanzierung geklärt werden können. Eine Übersicht, sortiert nach Bundesländern, gibt es auf der Seite der Bundesarbeitsgemeinschaft Wohnanpassung e. V. (BAG).

Online bietet der Verein Barrierefrei Leben e. V. viele weitere Informationen zum Thema. Der Verein gibt Tipps zur Vorgehensweise und stellt die rechtlichen Vorgaben sowie die relevante DIN-Norm vor. Außerdem bietet er eine Produktschau für barrierefreies Bauen, Hinweise zu Fördermitteln, eine Online-Beratung und einen Online-3D-Badplaner an.

Beratung zum Einbruchschutz

Überall in Deutschland hat die Polizei Kriminalpolizeiliche Beratungsstellen eingerichtet. Dort werden Fragen zum Einbruchschutz wie Prävention, technischer Einbruchschutz und Opferberatung beantwortet. Über die Beratungsstellensuche mit Postleitzahl-Eingabe können Beratungsstellen in der Nähe gefunden werden. Möglich ist auch eine Vor-Ort-Beratung zu Hause – dabei untersuchen Beamte jeden möglichen Zugang zum Haus und geben Hinweise, welche Maßnahmen für mehr Einbruchschutz sorgen.

Das Online-Portal der Polizei Keinbruch bietet außerdem eine zentrale Anlaufstelle mit Sicherheitstipps und Hinweisen zur bundesweiten und regionalen Förderung.

Beratung für energieeffizientes Sanieren

Die Verbraucherzentrale Energieberatung hat ein engmaschiges Netz stationärer Beratungsstellen in allen Bundesländern aufgebaut und berät dort zu allen energierelevanten Themen wie energieeffizientes Sanieren und mögliche Fördermittel. Eine 30-minütige Beratung kostet fünf Euro. Außerdem bietet die Verbraucherzentrale Energieberatung Vor-Ort-Beratungen (mit einer Kostenbeteiligung von mindestens zehn Euro), eine Telefonhotline und eine Onlineberatung an.

Der Bund führt eine EnergieeffizienzExperten-Liste mit speziell qualifizierten Energieberatern. Wer Fördermittel über das KfW-Programm 430 beantragen will, muss zwingend einen Energieberater von dieser Liste beauftragen.

Auf www.co2online.de finden Verbraucher unabhängige und kostenlose Informationen und Hintergrundwissen zu Strom, Heizen, energetische Modernisierung sowie Infos zu Klimaschutz und Klimawandel. Ob und welche Förderprogramme zu Sanierungsvorhaben passen, zeigt der FördermittelCheck von co2online.

FAZIT

Die Erfahrungen bei der Umsetzung der Kampagne „Unser Haus: effizient, komfortabel, sicher“ zeigen, dass eine integrierte Beratung dem Bedürfnis älterer Eigenheimbesitzer*innen gerecht wird, sich mit dem Wohnen im Alter umfassender auseinanderzusetzen. Die Verbindung der Themen Energieeffizienz, Barrierefreiheit und Sicherheit wird von der Zielgruppe 60plus prinzipiell positiv bewertet. Besonderes Interesse besteht dabei an Maßnahmen zur energetischen Sanierung sowie zum Einbruchschutz. Das Thema Barrierefreiheit wird deutlich weniger nachgefragt.

Bemerkenswert ist, dass vor allem ältere Hauseigentümer*innen den Beratungsansatz sehr positiv bewerten, weil er ihrem erhöhten Interesse an Sicherheit und Einbruchschutz entgegenkommt. Zugleich ermöglicht die Orientierungsberatung einen niederschwelligen Einstieg in das Thema energetische Sanierung, wodurch Unsicherheiten abgebaut und die Auseinandersetzung mit vorher nicht in Erwägung gezogenen Maßnahmen erreicht werden konnte.

Darüber hinaus bestätigen die Erfahrungen im Projekt, dass Hausbesitzer*innen vor allem im Alter vom 60. bis zum 75. Lebensjahr erreicht und mobilisiert werden können. Im höheren Lebensalter geht die Bereitschaft, sich mit einer größeren Sanierung zu beschäftigen, deutlich zurück. Auch wenn die Aktivierung der Mehrheit ausblieb, lässt sich dennoch erkennen, dass die Beratungsinhalte im Einzelnen auch umgesetzt wurden oder dies geplant ist. Zu berücksichtigen ist zudem, dass die Entscheidungsfindung und Umsetzung bei älteren Hauseigentümer*innen häufig mehr Zeit erfordert, als dies bei Jüngeren der Fall ist. Empfehlungen wirken daher häufig mittelfristig und vorsorgeorientiert. Entsprechende Maßnahmen werden dann umgesetzt, wenn das betreffende Bauteil erneuert wird oder Maßnahmen zum Abbau von Barrieren akut werden.

Dies spricht dafür, dass durch die Verbindung von Energieeffizienz mit den Themen Einbruchschutz und altersgerechte Sanierung eine neue Zielgruppe erreicht und aktiviert werden kann, die bislang wenig mit energetischer Sanierung vertraut war.

ANSPRECHPARTNER*INNEN

Wenn Sie mehr über die Ergebnisse des Projekts Sanieren 60plus und die Erfahrungen bei der praktischen Umsetzung erfahren wollen, können Sie sich gerne an die Projektpartner*innen wenden:

Projektleitung: Zielgruppenanalyse, Sanierungsmotive und -barrieren, Kommunikationskonzept, Evaluation

Kontakt: Institut für sozial-ökologische Forschung (ISOE) GmbH, Dr. Immanuel Stieß, Telefon (0 69) 7 07 69 19 19, E-Mail: stiess@isoe.de, www.isoe.de

Bewertung von Sanierungsmaßnahmen, Akteursanalyse, Evaluation

Kontakt: Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) GmbH, gemeinnützig, Dr. Julika Weiß, Telefon (030) 8 84 59 40, E-Mail: julika.weiss@ioew.de, www.ioew.de

Entwicklung und Umsetzung von Beratungsangeboten, die Maßnahmen zur Barrierefreiheit, mit Energieeffizienz und Sicherheit verbinden

Kontakt: Bremer Energie-Konsens GmbH, Ulrich Pollkläsener, Telefon (04 21) 37 66 71 59, E-Mail: pollklaesener@energiekonsens.de, www.energiekonsens.de

Kontakt: Klimaschutzagentur Region Hannover GmbH, Jasper Rubers, Telefon (05 11) 22 00 22 85, E-Mail: J.Rubers@klimaschutzagentur.de, www.klimaschutz-hannover.de

Handwerker*innenschulung

Kontakt: proKlima GbR, Verena Michalek, Telefon (05 11) 4 30 16 04, E-Mail: verena.michalek@enercity.de, www.enercity.de

Entwicklung und Umsetzung der Online-Angebote und -Ratgeber

Kontakt: co2online gGmbH, Kristin Fromholz, Telefon (0 30) 36 99 61 12, E-Mail: kristin.fromholz@co2online.de, www.co2online.de

ENDNOTEN

1 destatis (2018): Statistisches Jahrbuch 2018. 5.2.2 Haus- und Grundbesitz sowie Hypothekenrest-schuld privater Haushalte nach dem Alter der Haupteinkommensperson am 1.1.2013. https://www.destatis.de/DE/Themen/Querschnitt/Jahrbuch/jb-wohnen.pdf?__blob=publicationFile (21.08.2019)

2 destatis (2019): Wohnen - Durchschnittliche Wohnfläche pro Person nach Haushaltstyp. https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Wohnen/Tabellen/liste-haushaltsstruktur-wohnflaeche.html

3 Eine Darstellung der Typologie findet sich in: Albrecht, T. et al. (2010): Zum Sanieren motivieren: Eigenheimbesitzer zielgerichtet für eine energetische Sanierung gewinnen. Frankfurt am Main: ISOE.

4 co2online (2018): Umfrage „Wohnen im Alter: Wo wird investiert?“. Berlin.

5 Jutta Deffner, Florian Krückendorf, Julika Weiß, Immanuel Stieß (2019): Sanieren 60plus: Evaluation der „Unser Haus“-Beratungs- und Informationsangebote. Frankfurt, Berlin.

IMPRESSUM

Herausgeber:
ISOE – Institut für sozial-ökologische Forschung
Hamburger Allee 45
60486 Frankfurt am Main

Autor*innen: Kristin Fromholz, co2online gGmbH; Jutta Deffner, Institut für sozial-ökologische Forschung (ISOE) GmbH; Jasper Rubers, Klimaschutzagentur Region Hannover GmbH; Immanuel Stieß, Institut für sozial-ökologische Forschung (ISOE) GmbH; Henrik Wahlers, Bremer Energie-Konsens GmbH; Julika Weiß, Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) GmbH, gemeinnützig

Layout: Mia Sedding, Indivisual Berlin

Titelfoto: iStock.com / gradyreese

Stand: September 2019