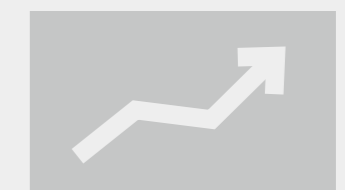


Erdgas: Wahrnehmung entwickelt sich zunehmend positiv

Zehn Erkenntnisse zum Image von Erdgas im Wärmemarkt
Ergebnisse der Positionierungsstudie Erdgas 2018



Erkenntnis 01



Erdgas baut seine Position als Wunschenergie Nummer eins für die Beheizung von Wohnungen weiter aus. 03

Erkenntnis 02



Viele Eigenheimbesitzer finden die Kombination von Energiearten interessant. 04

Erkenntnis 03



Eigenheimbesitzern sind Wirtschaftlichkeit und Energieeffizienz bei der Wahl eines Energieträgers nach wie vor besonders wichtig. 05

Erkenntnis 04



Die stabil positive Positionierung von Erdgas hat sich noch einmal verbessert. 06

Erkenntnis 05



Erdgas behauptet sich erfolgreich im Wettbewerb der Energieträger. 07

Erkenntnis 06



Persönliche Energiewende: Energiesparen ist bei Eigenheimbesitzern weiterhin die favorisierte Maßnahme. 08

Erkenntnis 07



Heizungskauf: Energieversorgungsunternehmen können ihre Kunden durch Neutralität und Kompetenz überzeugen. 09

Erkenntnis 08



Das Thema Förderung kann ein wichtiger Treiber für die Heizungsmodernisierung sein. 10

Erkenntnis 09



Erneuerbares Gas: Zukunftsperspektive für den Energieträger 11

Erkenntnis 10



ERDGAS ist als Marke bei den Eigenheimbesitzern weiterhin etabliert. 12

Erkenntnis 01

Erdgas baut seine Position als Wunschenergie Nummer eins für die Beheizung von Wohnungen weiter aus.



Die Beliebtheit von Erdgas bleibt hoch und hat sich im Vergleich zur Positionierungsstudie im Vorjahr noch einmal deutlich verbessert: 82 Prozent der Eigenheimbesitzer, die derzeit Erdgas nutzen, würden sich aus heutiger Sicht wieder für Erdgas als Heizenergie entscheiden, ein deutlicher Anstieg um fast zehn Prozent. Die Kombination Erdgas und Solar verzeichnet zwar einen Rückgang auf 8,6 Prozent in der Beliebtheit. Insgesamt wächst aber der Anteil derjenigen, die wieder ein Heizsystem mit Erdgas wählen würden: von fast 88 im Jahr 2017 auf nunmehr über 90 Prozent.

Unter allen Eigenheimbesitzern (also diejenigen eingeschlossen, die derzeit nicht mit Erdgas heizen) erfährt die Kombination aus Erdgas und Solar mit einem Beliebtheitswert von 4,1 Prozent (2017: 9,9 Prozent) einen Rückgang. Viele Eigenheimbesitzer scheuen den erhöhten Aufwand und empfinden zudem die Abwicklung der Förderung als zu kompliziert. Allerdings würden sich 44 Prozent der in 2018 insgesamt befragten Eigenheimbesitzer bei der Beheizung ihres Wohneigentums für Erdgas entscheiden (2017: 42 Prozent). Erdgas bleibt also

Handlungsempfehlung des BDEW

Erdgas hat in der Bevölkerung ein stabil positives Image und wird von einer großen Mehrheit der Eigenheimbesitzer als Heizenergie genutzt. Diese Basis eignet sich sehr gut, um die Kommunikation der Vorteile des Energieträgers vor allem hinsichtlich Kosteneffizienz, Klimaschutz und Zukunftsfähigkeit der Gasheiztechnologien fortzuführen und weiter zu intensivieren. Auch die

mit klarem Abstand Wunschenergie Nummer eins unter den Hausbesitzern in Deutschland.

Erdgas-Nutzer sind besonders loyal

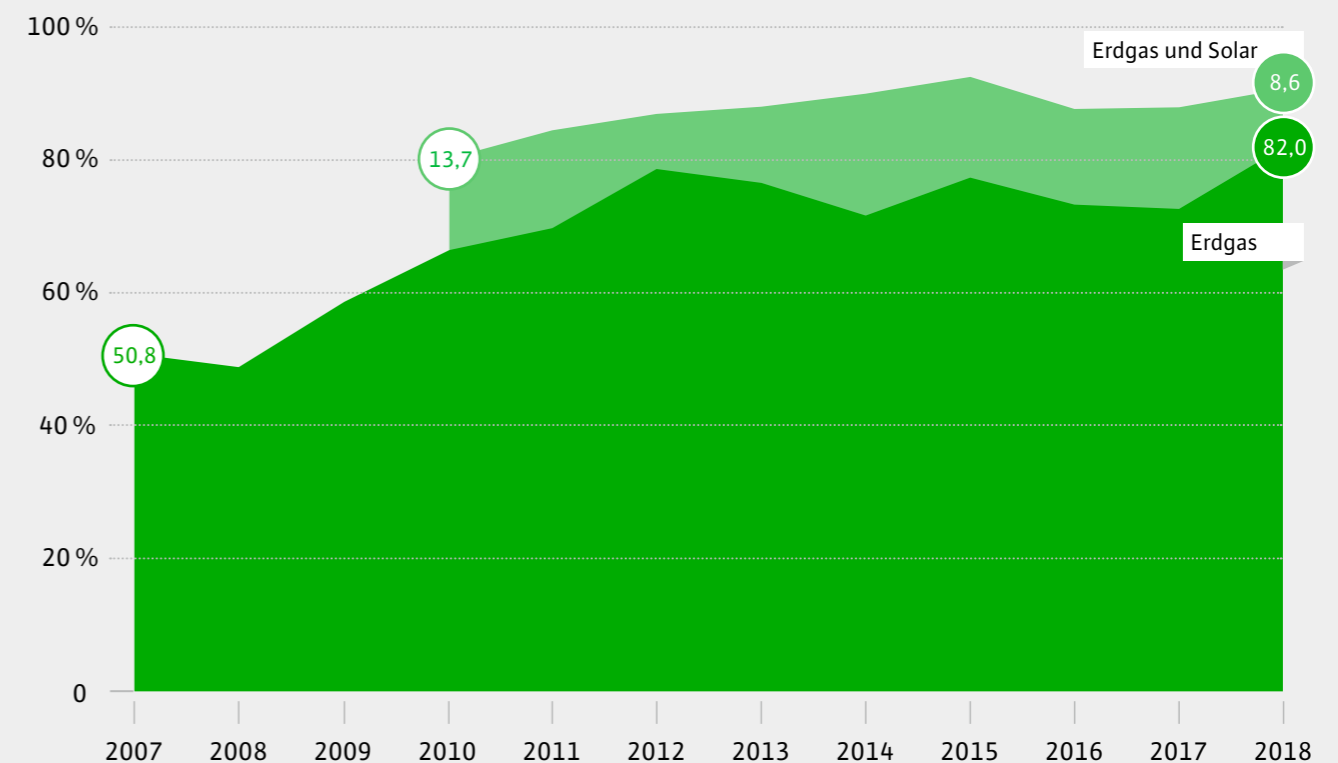
Die hohe Beliebtheit von Erdgas zeigt sich auch in der großen Loyalität der Erdgas-Nutzer: Selbst im Falle einer vom Gesetzgeber verordneten Verteuerung fossiler Energien will die überwiegende Mehrheit der Erdgas-Heizer beim bestehenden Energieträger bleiben. Im direkten Vergleich zeigt sich außerdem eine deutlich höhere Energieträgertreue unter den Erdgas-Heizern gegenüber denjenigen Eigenheimbesitzern, die mit Öl heizen.

Langfristig stabile Positionierung

Die langjährig stabile Positionierung als bevorzugte Heizenergie der Eigenheimbesitzer in Deutschland setzt sich nicht nur fort, sondern entwickelt sich zunehmend positiv.

zukünftig wachsende Erneuerbarkeit des Energieträgers lässt sich für eine weitere positive Aufladung des Images von Erdgas nutzen. Daneben haben auch die klassischen Argumente pro Gas weiterhin großes Gewicht in der Kommunikation. Dazu gehört unter anderem der hohe Komfort der Gasheiztechnologien, also der geringe Platzbedarf oder die einfache Handhabung der Heizungen.

Für Nutzer bleibt Erdgas die klar favorisierte Heizenergie



Über 90 Prozent der Erdgas-Nutzer würden sich wieder für eine Erdgas-Heizung oder für Erdgas und Solar entscheiden.

Angenommen, Sie würden sich heute für einen Energieträger für Ihr Haus entscheiden. Mit welcher Heizenergie bzw. Energieart würden Sie Ihr Haus aus heutiger Sicht am liebsten beheizen? – Abfrage Erdgas und Solar ab 2010.

Erkenntnis 02

Viele Eigenheimbesitzer finden die Kombination von Energiearten interessant.

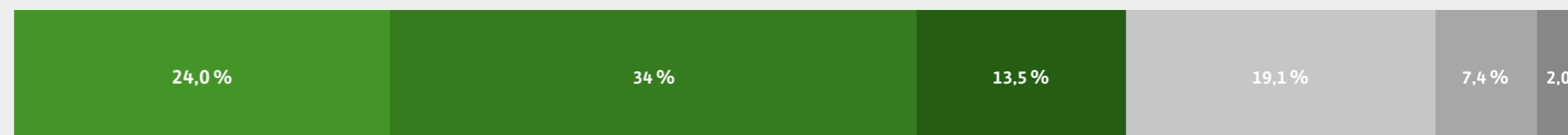


Die befragten Eigenheimbesitzer sind mehrheitlich daran interessiert, ihre Immobilie mit einer Kombination verschiedener Energieträger zu beheizen: 58 Prozent zeigen Interesse an einer Lösung mit mehr als einem Energieträger (2017: 60 Prozent). Erdgas und Solarthermie ist dabei weiterhin die beliebteste Kombination zur Beheizung des Hauses. Obwohl die Beliebtheit zurückgegangen ist, liegt die Kombilösung noch vor der elektrischen Wärmepumpe oder deren Kombination mit Solarthermie.

Geringe Umweltbelastung als Hauptargument
Erdgas und Solar ist vor allem aus drei Gründen beliebt: Die Befragten erwarten sich von dieser Lösung eine geringe Umweltbelastung, sie halten die Energieversorgung für langfristig gewährleistet oder bewerten Erdgas und Solar als eine gute Ergänzung ihrer bisherigen Heizung bzw. als grundsätzlich gute Kombination.

Die Detailergebnisse der Befragung zeigen: Kombinationen von Energieträgern werden vor allem von einkommensstarken Meinungsführern bevorzugt. Darüber hinaus stimmen Eigenheimbesitzer, die eine Kombination aus Erdgas und Solar favorisieren, am ehesten der These zu, dass Erdgas „grüner“ werden kann (siehe [Erkenntnis 09](#)).

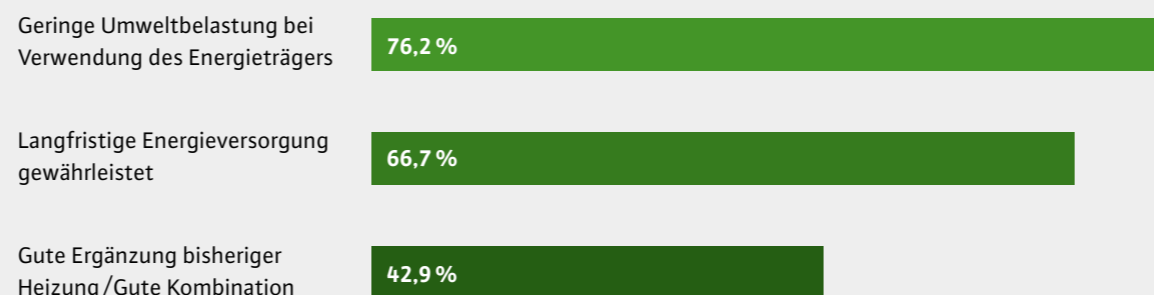
Konstant hohes Interesse an der Kombination von Energiearten bei der Hausbeheizung



sehr interessant ————— überhaupt nicht interessant

Neben der Beheizung mit einer Energieart besteht auch die Möglichkeit, Häuser mit einer Kombination von Energiearten zu beheizen, so z.B. Erdgas und Solar. Unabhängig von konkreten Energieträgern: Wie interessant ist es für Sie grundsätzlich, Ihr Haus mit einer Kombination verschiedener Energiearten zu beheizen?

Geringe Umweltbelastung und Versorgungssicherheit als Hauptargumente für Erdgas und Solar



Warum würden Sie Ihr Haus aus heutiger Sicht am liebsten mit Erdgas und Solar(thermie) beheizen? Bitte begründen Sie Ihre Meinung.

Handlungsempfehlung des BDEW

Trotz zurückgehender Beliebtheit sollte Erdgas und Solar als ein Kommunikationsschwerpunkt beibehalten werden, zum Beispiel mit Verweis auf die gute Kombinierbarkeit, den relativ unkomplizierten Einbau und die staatliche Förderung bei einer Heizungsmodernisierung. Denn das Thema Solar trägt zu einer positiven Aufladung von Erdgas gerade im Hinblick auf die Markenwerte Effizienz und Nachhaltigkeit sowie Umweltschonung bei. Das höhere Interesse einkommensstarker Eigenheimbesitzer an der Kombination lässt sich für eine noch gezieltere Kundenansprache nutzen.

Erkenntnis 03

Eigenheimbesitzern sind Wirtschaftlichkeit und Energieeffizienz bei der Wahl eines Energieträgers nach wie vor besonders wichtig.



ZUR ÜBERSICHT
↑

Die Befragten der Positionierungsstudie legen an die verschiedenen Heizenergien konstant klare Bewertungsmaßstäbe an: Wirtschaftlichkeit und Energieeffizienz, also günstige Verbrauchskosten und geringer finanzieller Aufwand bei Anschaffung und Wartung, haben für 36 Prozent der Befragten oberste Priorität. Das sind noch einmal zwei Prozent mehr als im Vorjahr.

Versorgungssicherheit und Unabhängigkeit, also unter anderem die langfristige Verfügbarkeit des Energieträgers, sowie Komfort folgen wie schon in den Jahren zuvor auf den Plätzen zwei und drei. Das Kriterium Umweltschonung hat sich in den letzten Jahren konstant im Bereich um 15 Prozent eingependelt. Technische Sicherheit sowie Innovation und Modernität werden von relativ wenigen Befragten als wichtigste Bewertungskriterien genannt.

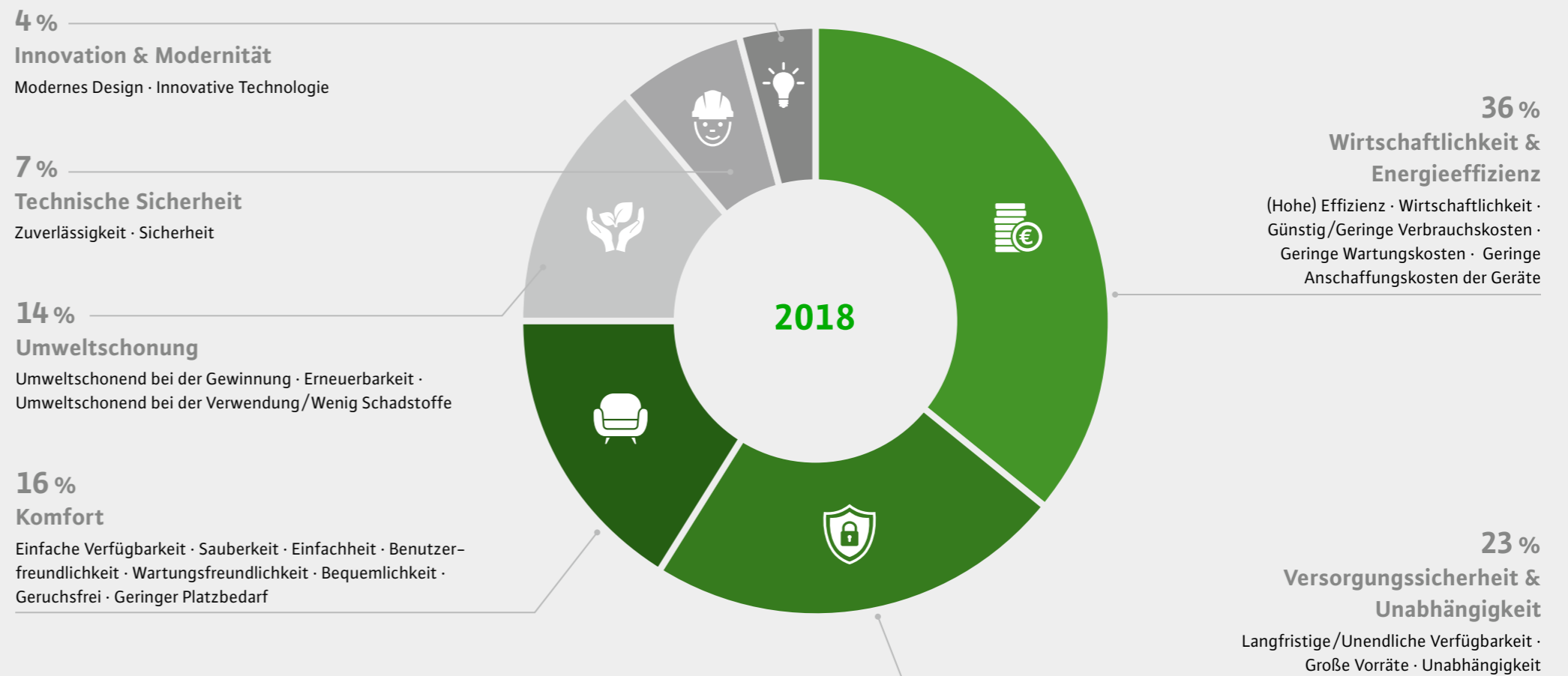
Wenig Veränderung in der Gewichtung

Das Kostenargument ist für die befragten Eigenheimbesitzer seit der ersten Erhebung 2007 das ausschlaggebende Kriterium bei der Wahl des Energieträgers. Auch grundsätzlich ist die Gewichtung der Positionierungskriterien über die Jahre sehr konstant gewesen.

Anforderungen und Produkteigenschaften

Die Positionierungskriterien wurden in einer qualitativen Vorstufe gebildet, und zwar aus Clustern der den Energieträgern zugeschriebenen Attribute (zum Beispiel „Sauberkeit“ und „Modernes Design“). Die Attribute lassen sich der Grafik auf dieser Seite entnehmen. Die Bedeutung der Positionierungskriterien wird in jedem Jahr ermittelt.

Was Hausbesitzern bei ihrem Energieträger wichtig ist: Anforderungen und Produkteigenschaften



Handlungsempfehlung des BDEW

Je nach aktueller Preissituation kann ein Kostenvorteil von Erdgas ein gutes Argument gegenüber den Kunden sein, allerdings sollte es nicht das einzige Argument sein. Grundsätzlich sollte bei Werbung und Kundenansprache eine Kombination aus verschiedenen Positionierungskriterien in der Kommunikation genutzt werden.

Angenommen, Sie würden sich heute für einen Energieträger für Ihren Haushalt entscheiden (z. B. im Rahmen der Erneuerung Ihrer Heizungsanlage). Welche Anforderungen sollte dieser Energieträger idealerweise erfüllen? Welche Produkteigenschaften sollte er aufweisen?

Erkenntnis 04 Die stabil positive Positionierung von Erdgas hat sich noch einmal verbessert.



Passung der Positionierungskriterien zu Erdgas



Zum Vergleich der Werte bitte auf die Jahreszahlen klicken

Bitte sagen Sie mir nun, inwieweit Sie den folgenden Aussagen in Bezug auf den Energieträger Erdgas zustimmen.

Die Wahrnehmung von Erdgas hat sich bei den Hausbesitzern seit der ersten Befragung 2007 signifikant verbessert, und zwar in allen Kriterien. Das gilt insbesondere für die Imagedimensionen Wirtschaftlichkeit und Energieeffizienz, Versorgungssicherheit und Unabhängigkeit sowie Umweltschonung. In drei der vier wichtigsten Bewertungskriterien hat Erdgas sein Image also positiv entwickeln können. Im Kriterium Komfort – dem Alleinstellungsmerkmal der Gasheiztechnologien –

ist die Imagebewertung von Anfang an sehr positiv gewesen.

Positivere Bewertung als im Vorjahr

Auffällig ist die Verbesserung der Imagebewertung von Erdgas gegenüber 2017: In vier der sechs Kriterien ist eine positivere Wahrnehmung zu verzeichnen. Dies betrifft unter anderem Wirtschaftlichkeit und Energieeffizienz: Hier verbesserte sich Erdgas vor allem hinsichtlich des Attributs „Preiswerte

Energie“. Viele Hausbesitzer mit Erdgasheizung haben also eine positive Preisentwicklung des Energieträgers wahrgenommen. Auch beim Kriterium Komfort ist im Vergleich zu 2017 eine signifikante Imageverbesserung erkennbar. Hier wurden die Bereiche „Einfache Beschaffung“ und „Behaglichkeit“ besser bewertet. Komfort bleibt damit das positive Alleinstellungsmerkmal von Erdgas, wie auch der Vergleich mit anderen Energieträgern zeigt (siehe Erkenntnis 05).

Einfluss der Diesel-Diskussion setzt sich fort

Als zusätzlicher positiver Einflussfaktor für die Imagebewertung von Erdgas macht sich die weiterhin erhöhte mediale Aufmerksamkeit für Erdgas als Kraftstoff bemerkbar. Im Zusammenhang mit der Diskussion um die Schadstoffemissionen von älteren Dieselfahrzeugen und eventuelle Fahrverbote wird Erdgas häufig als umweltschonende und praktikable Alternative zum Diesel genannt. Die positive Wahrnehmung hinsichtlich Umweltschonung und hier insbesondere des Aspekts Natürlichkeit strahlt auf den Wärmemarkt ab.

Bewährte Technologie für unsichere Zeiten

Daneben spielen auch gesellschaftliche Trends eine Rolle bei der positiveren Wahrnehmung von Erdgas: Viele Menschen und dementsprechend auch viele Hausbesitzer sind durch den politischen, wirtschaftlichen und technologischen Wandel verunsichert. Erdgas wird in diesen Zeiten mit seinen Eigenschaften als bewährter Energieträger und zuverlässiger Begleiter positiv wertgeschätzt.

Handlungsempfehlung des BDEW

Das sehr gute und 2018 noch einmal signifikant verbesserte Image von Erdgas lässt sich in der Kommunikation sehr gut nutzen. Hervorzuheben sind dabei die Aspekte Wirtschaftlichkeit und Energieeffizienz sowie Versorgungssicherheit und Unabhängigkeit.

Auch der Aspekt, dass eine etablierte Heiztechnologie wie Erdgas-Brennwert von den Hausbesitzern als eine Art Sicherheitsanker in Zeiten der wachsenden Ungewissheit wahrgenommen wird, kann kommunikativ genutzt werden: Auf absehbare Zeit erfüllt diese Technologie den Wunsch nach Bewährtem und Sicherheit.

Auf der anderen Seite können die neueren Gas-Heiztechnologien wie die Strom erzeugende Heizung oder die Brennstoffzelle die Imagebewertung vor allem in der Dimension Innovation und Modernität positiv beeinflussen.

Diese Technologien eignen sich neben anderen Themen wie der Kombination Gas-Brennwert und Solar oder erneuerbaren Gasen besonders für die positive Aufladung von Erdgas als vielseitigen und zukunftsorientierten Energieträger in den Bereichen Innovation, Umwelt und Zukunftsfähigkeit.

Erkenntnis 05 Erdgas behauptet sich erfolgreich im Wettbewerb der Energieträger.



ZUR ÜBERSICHT
↑

Im Wärmemarkt steht Erdgas im Wettbewerb mit anderen Energieträgern, vor allem mit Heizöl, (Holz-)Pellets und der mit Strom betriebenen Wärmepumpe. In diesem Umfeld kann sich Erdgas weiterhin sehr gut behaupten.

Vor allem gegenüber dem Kernwettbewerber Heizöl zeigen sich kontinuierlich signifikante Wettbewerbsvorteile in allen Dimensionen. Insbesondere bezüglich Komfort und Umweltschonung, aber auch bei Wirtschaftlichkeit und Energieeffizienz wird Erdgas von den Hausbesitzern deutlich positiver bewertet. Bei Innovation und Modernität zeigt sich ebenfalls ein großer Abstand zum Energieträger Heizöl.

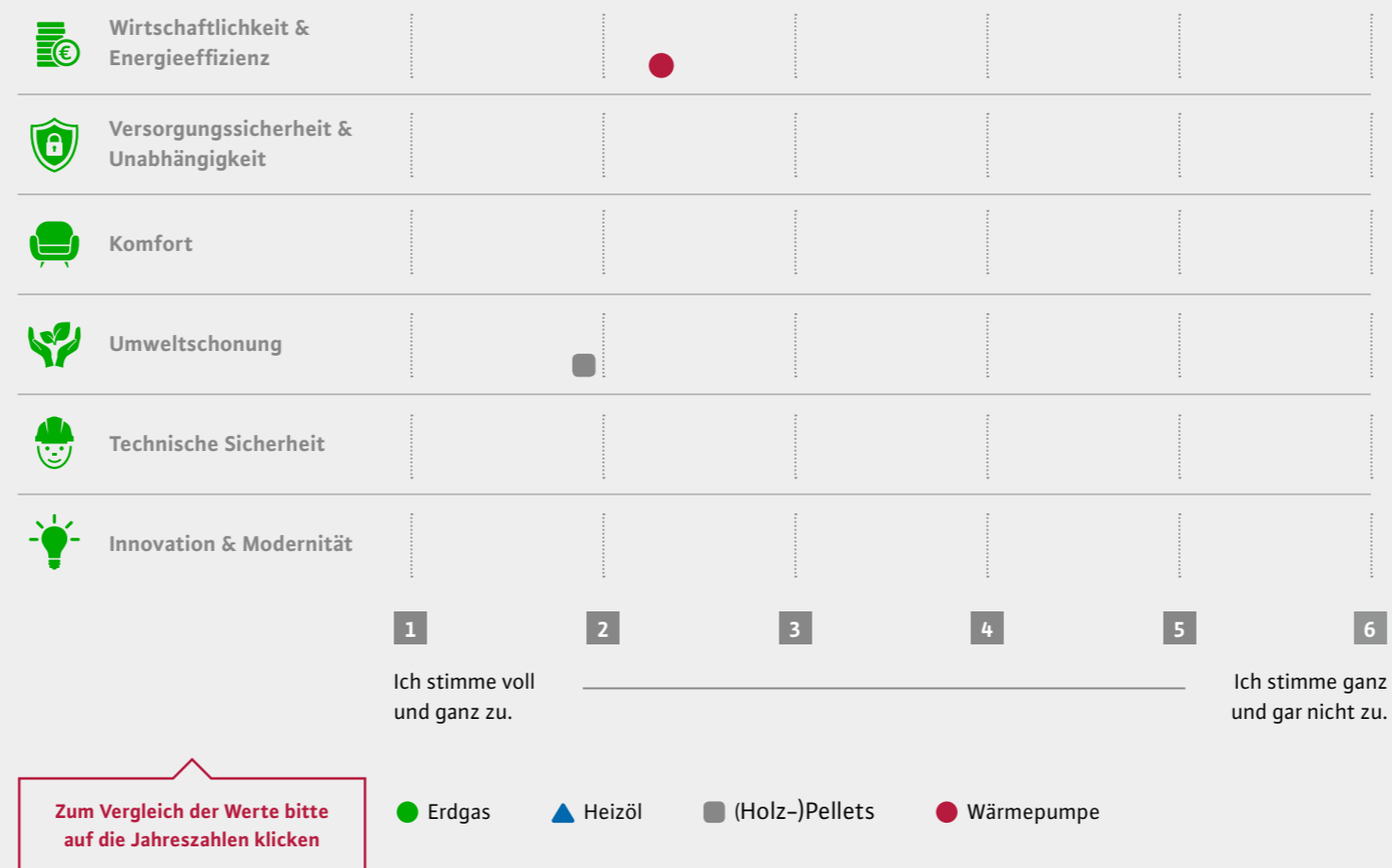
Komfort und Wirtschaftlichkeit sprechen für Erdgas

Am deutlichsten hält Erdgas seine Führungsposition in der Dimension Komfort: Die einfache Handhabung und der leichte Zugang zum Brennstoff bilden seit jeher Kernargumente für Erdgas im Vergleich zu den anderen Energieträgern.

Auch in der Dimension Wirtschaftlichkeit und Energieeffizienz konnte Erdgas seine 2011 errungene Führungsposition in diesem Jahr festigen. Bei der Technischen Sicherheit sowie bei Innovation und Modernität behauptet sich Erdgas stabil im Wettbewerb mit den anderen Energieträgern.

Beim Imagekriterium Umweltschonung haben (Holz-)Pellets und mit Strom betriebene Wärmepumpen nach wie vor Vorteile gegenüber Erdgas. Gerade hier hat Erdgas gegenüber

Passung der Faktoren im Wettbewerbsumfeld



Bitte sagen Sie mir nun, inwieweit Sie den folgenden Aussagen in Bezug auf den Energieträger Erdgas/Heizöl/Holz-Pellets/Wärmepumpe zustimmen.

2007 deutlich aufgeholt. Erdgas behauptet seine Führungsposition in zwei der drei Kriterien, die für Eigenheimbesitzer bei der Wahl ihres Energieträgers am wichtigsten sind.

Vergleich zu 2007: Erdgas im Wettbewerb gestärkt

Im Vergleich mit den ersten Positionierungsstudien fällt zunächst auf, dass Erdgas heute in allen Kriterien deutlich besser dasteht. Die elektrische Wärmepumpe wird dagegen von den Befragten differenzierter betrachtet als zu Zeiten ihrer Markteinführung. Die Imagebewertungen für (Holz-)Pellets haben sich im Vergleich zu 2007 verbessert. Bei Heizöl sind leichte Verbesserungen erkennbar, die aber bei weitem nicht so groß ausfallen wie die Verbesserungen, die Erdgas seit 2007 und 2008 in allen Imagekriterien verzeichnet.

Handlungsempfehlung des BDEW

Das gemeinsame Engagement der deutschen Gaswirtschaft für Erdgas und insbesondere die seit 2010 vollzogene Neupositionierung haben sich positiv ausgewirkt. Erdgas ist die klar favorisierte Energie im Wärmemarkt: Werbung und Kommunikation für den Energieträger sollten fortgesetzt werden, um die Marktanteile und Imagewerte im Wettbewerb behaupten zu können.

Ölheizern fällt der Wechsel des Energieträgers deutlich leichter. Dies und die hohe Modernisierungsbedürftigkeit veralteter Heizungsanlagen bieten das Potenzial, neue Kundengruppen zu erschließen und langfristig zu binden.

Erkenntnis 06

Persönliche Energiewende: Energiesparen ist bei Eigenheimbesitzern weiterhin die favorisierte Maßnahme.



Eigenheimbesitzer haben verschiedene Möglichkeiten, die Energienutzung in ihrer Immobilie zu optimieren und so Energiekosten zu sparen und zur Klimaschonung beizutragen. Bei der persönlichen Energiewende im eigenen Haus nennen die Befragten der Positionierungsstudie seit Jahren Energiesparen und einen bewussteren Umgang mit Energie an erster Stelle der Maßnahmen: 2018 wird diese reine Verhaltensänderung von etwa 70 Prozent genannt.

Verbraucher zurückhaltend gegenüber investiven Maßnahmen

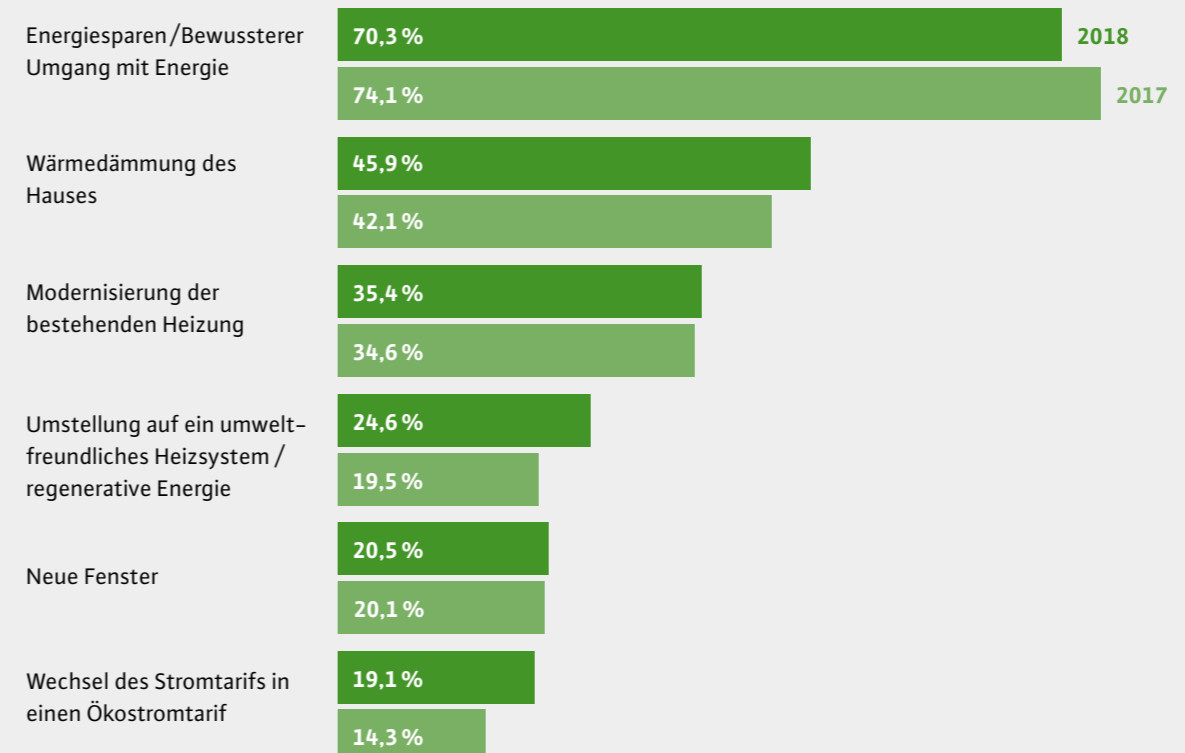
Deutlich seltener nennen die Eigenheimbesitzer Maßnahmen, mit denen finanzielle Investitionen verbunden sind. Dabei wird die Wärmedämmung des Hauses unverändert eher als Möglichkeit zur Umsetzung der persönlichen Energiewende gesehen als die Modernisierung der bestehenden Heizungsanlage. Die Umstellung auf ein umwelt-schonendes Heizsystem bzw. auf regenerative

Energie wird 2018 mit knapp 25 Prozent deutlich häufiger genannt als im Vorjahr.

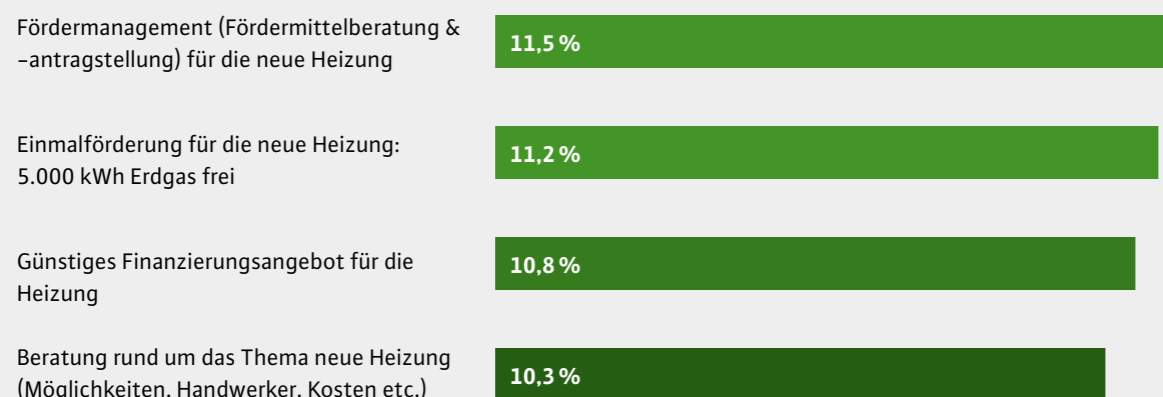
Heizungsmodernisierung als Thema weiter forcieren

Die Bereitschaft zur Heizungsmodernisierung ist weiterhin gering ausgeprägt: Ein Prozent der Befragten beabsichtigt eine Modernisierung innerhalb der nächsten zwölf Monate und neun Prozent innerhalb der nächsten zwei Jahre. Wichtigste Barriere ist der finanzielle Aufwand.

Beim Thema Energiedienstleistungen rund um die Heizungsmodernisierung liegen Fördermanagement und Einmalförderung unverändert an erster Stelle der favorisierten Angebote. Das Interesse an Gebäude-Thermografie, Smart Metern oder Smart-Home-Komponenten hat im Vergleich zu 2017 zugenommen. So zeigen 7,2 Prozent der Befragten Interesse an einem Smart-Meter-Angebot, 2017 lag dieser Anteil bei 5,4 Prozent.

Energiesparen als wichtigste Maßnahme: Wärmedämmung vor Heizungserneuerung

Die Energiewende ist ein viel diskutiertes Thema. Mit Blick auf Ihr Haus – wo sehen Sie am ehesten Möglichkeiten, für sich persönlich die Energiewende zu vollziehen? Welche Maßnahmen kommen Ihnen in den Sinn? Mehrfachnennung möglich.

Ein hohes Interesse haben die Eigenheimbesitzer an Zusatzleistungen rund um die neue Heizung. Als besonders wichtig eingeschätzt werden:**Handlungsempfehlung des BDEW**

Die Präsenz des Themas Heizungsmodernisierung im Bewusstsein der Verbraucher sollte durch gezielte und intensiviertere kommunikative Maßnahmen hochgehalten werden. Mit zusätzlichen Anreizmechanismen lässt sich die Bereitschaft großer Teile der Eigenheimbesitzer zu einer Heizungsmodernisierung fördern. Neben

einer rein finanziellen Unterstützung kommen hier auch Zusatzleistungen in den Bereichen Beratung und Information zur Modernisierung oder Contracting-Angebote infrage. Außerdem besteht bei vielen Verbrauchern Beratungsbedarf bezüglich der vorhandenen Förderprogramme (siehe [Erkenntnis 08](#)).

Erkenntnis 07 Heizungskauf: Energieversorgungsunternehmen können ihre Kunden durch Neutralität und Kompetenz überzeugen.



Bei der Bewertung der Bezugsquellen für den Kauf einer neuen Heizung wird den Energieversorgern eine relativ hohe Kompetenz zugetraut. Allerdings haben Installateure sowie der Fachhandel sowohl bei diesem Aspekt als auch beim Aspekt der Neutralität einen Vertrauensvorsprung. Die Gerätehersteller werden im Vergleich zu den Energieversorgern als kompetenter eingeschätzt. Technik- und Baumärkte oder Online-Anbieter kommen für

die Verbraucher derzeit noch wenig als Bezugsquellen infrage.

Rund 18 Prozent der Befragten können sich grundsätzlich vorstellen, ihre neue Heizung in einem Online-Shop zu kaufen. In dieser Gruppe der potenziellen Online-Käufer nivellieren sich auch die Präferenzen hinsichtlich möglicher Anbieter im Vergleich zu der Gruppe, die den stationären

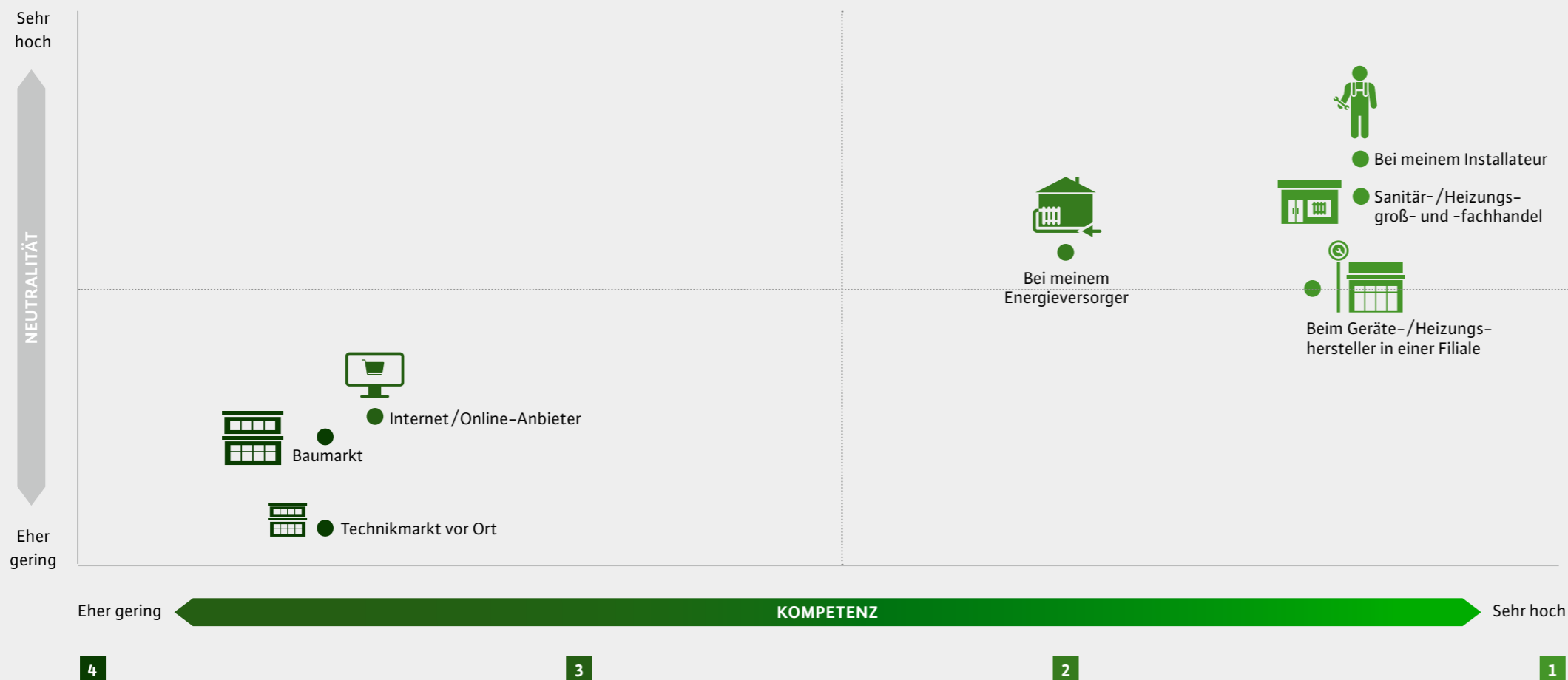
Handel bevorzugt. In der Gruppe der Online-Käufer büßen die Installateure ihre Vorrangstellung ein.

Bekanntheitszuwächse bei innovativen Technologien

Der Informationsgrad der Verbraucher hinsichtlich der innovativen Heiztechnologien ist angestiegen. Insbesondere die Brennstoffzelle, das Blockheizkraftwerk oder Mikro-KWK haben ihre Bekanntheit

unter den befragten Eigenheimbesitzern im Vergleich zu 2017 deutlich erhöht. Die Brennstoffzelle kennen inzwischen knapp 37 Prozent der Befragten zumindest dem Namen nach, zwölf Prozent mehr als im vergangenen Jahr. Insgesamt ist der Bekanntheitsgrad der innovativen Heiztechnologien aber weiter ausbaufähig.

Kauf der Heizung beim Energieversorger vorstellbar



Handlungsempfehlung des BDEW

Die Marktpartner im Wärmemarkt und insbesondere das SHK-Gewerbe haben nach wie vor eine große Bedeutung als Multiplikatoren und Meinungsführer. Dementsprechend sollte die Zusammenarbeit weiter intensiviert werden, um das bereits gewonnene Vertrauen der Kunden weiter auszubauen.

Wenn Energieversorger ihren Kunden Heizungen anbieten wollen, gilt es, die eigene Neutralität und Kompetenz bezüglich Heizungen stärker zu betonen. Geeignete Vehikel sind zum Beispiel der Ausbau von Contracting-Angeboten auch für Privatkunden oder Informationen zu den innovativen Heiztechnologien.

Die kontinuierliche Information der Verbraucher über Innovationsthemen wie Brennstoffzelle oder Strom erzeugende Heizung – auch unter Einbeziehung der Marktpartner – trägt außerdem zu einer positiven Aufladung des Energieträgers Erdgas in den Positionierungsdimensionen Innovation, Umwelt und Zukunftsfähigkeit bei.

Wenn Sie an den Kauf einer neuen Heizung denken: Wo würden Sie diese gerne kaufen? Im Fokus steht dabei der Kauf der Heizung. Der Einbau der Heizung wird von qualifizierten Installateuren übernommen, die mit den jeweiligen Anbietern zusammenarbeiten. (Skala verkürzt dargestellt; Achsenkreuz entspricht Dimensionsmittelwert)

Erkenntnis 08 Das Thema Förderung kann ein wichtiger Treiber für die Heizungsmodernisierung sein.



ZUR
ÜBERSICHT
↑

71 Prozent der befragten Eigenheimbesitzer wissen um die Existenz von Fördermitteln, mit denen der Staat und die Energieversorger die Heizungsmodernisierung finanziell unterstützen. Das bedeutet im Umkehrschluss: Knapp 30 Prozent der Eigenheimbesitzer haben noch Informationsbedarf bezüglich der Förderung.

Unter den Befragten, denen bekannt ist, dass es Fördermittel gibt, sind die Bekanntheitsgrade der einzelnen Angebote recht unterschiedlich verteilt. Spontan nennen 56 Prozent der Befragten die Förderung der Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW), 34 Prozent nennen die Förderung durch Bundesland oder Kommune und 23 Prozent die Förderung durch Energieversorger.

Förderung durch Energieversorger nicht jedem bekannt

Werden den Befragten die verschiedenen Förderoptionen explizit benannt, ist die Bekanntheit logischerweise höher. 56 Prozent der Befragten ist dabei nicht bewusst, ob auch Energieversorger die Heizungsmodernisierung finanziell fördern.

Ist den Befragten allerdings bekannt, dass Energieversorger die Anschaffung einer neuen Heizung finanziell fördern, so sind sie auch eher dazu bereit, die neue Heizung beim Energieversorger zu kaufen (siehe Erkenntnis 07).

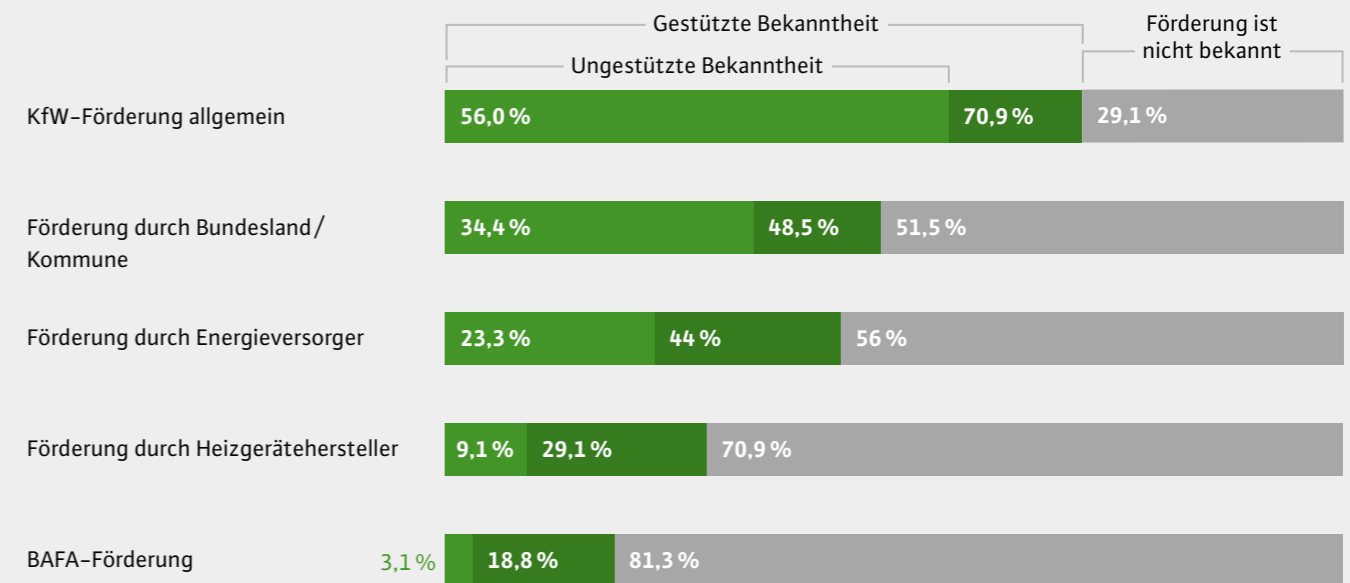
Die Förderangebote des BAFA (Bundesamt für Wirtschaft und Außenkontrolle) sind im Übrigen nur einer Minderheit der Befragten ein Begriff (3,1 Prozent ungestützte/18,8 Prozent gestützte Bekanntheit).

Handlungsempfehlung des BDEW

Die Kommunikation staatlicher Fördermaßnahmen wie auch der Angebote des Energieversorgers kann ein wichtiger Treiber sein, um bei Hausbesitzern die Bereitschaft zur Heizungsmodernisierung zu erhöhen. Dies kann auch dazu beitragen, den Energieversorger als neutralen und kompetenten Ansprechpartner für die Heizung im Bewusstsein der Verbraucher zu positionieren (siehe Erkenntnis 07). Außerdem sind

viele Verbraucher an einer Förderung und an einem Fördermanagement interessiert (siehe Erkenntnis 06). Die Integration dieser Angebote in das Dienstleistungsportfolio eines Energieversorgers lässt sich in der Kommunikation gegenüber den Kunden als zusätzliches Verkaufsargument nutzen.

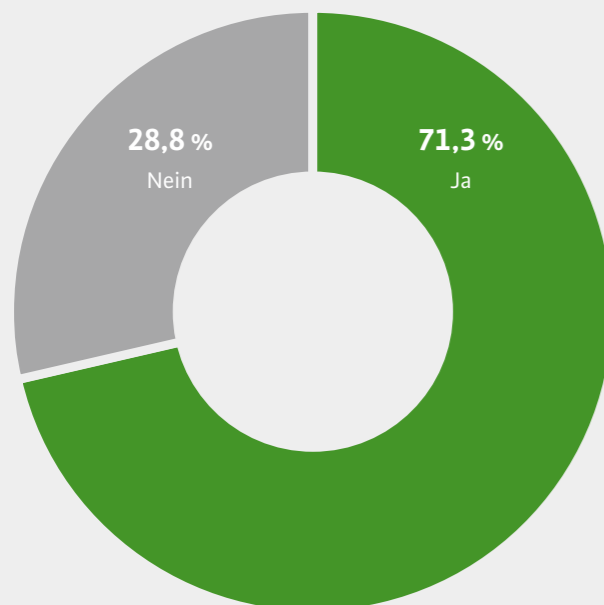
Die Bekanntheit der Förderangebote ist unterschiedlich verteilt



Ungestützte Fragestellung: Welche Fördermittel rund um das Thema Heizungsmodernisierung kennen Sie – sei es auch nur dem Namen nach?

Gestützte Fragestellung: Ich lese Ihnen nun verschiedene Förderangebote rund um das Thema Heizungsmodernisierung vor. Welche der folgenden Förderangebote kennen Sie, sei es auch nur dem Namen nach?

Die Mehrheit der Eigenheimbesitzer ist sich der Existenz von Förderangeboten bewusst



Ist Ihnen bekannt, dass es Fördermittel rund um das Thema Heizungsmodernisierung gibt?

Erkenntnis 09

Erneuerbares Gas: Zukunftsperspektive für den Energieträger



2017 wurde in der Positionierungsstudie erstmals abgefragt, ob es gelingen kann, den Energieträger Gas „grüner“ zu machen, also umweltschonender und erneuerbarer zu gestalten. Grundsätzlich gilt: Das Wissen über erneuerbares Gas ist unter den Verbrauchern auch 2018 noch nicht sehr weit verbreitet. Begriffe wie „Windgas“, „Ökogas“, „CO₂-neutrales Gas“ oder „Power-to-Gas“ sind nur wenigen Befragten geläufig.

Auch die Nachhaltigkeitsperspektiven des Energieträgers werden unverändert heterogen beurteilt. 30 Prozent der Befragten beantworten die Frage, ob Erdgas „grüner“ werden kann, mit „Ja, auf jeden Fall“ oder mit „Ja“. Die Beurteilung der Nachhaltigkeitstransformation für Erdgas hat sich insgesamt leicht verschlechtert (Mittelwert 2017: 3,3; 2018: 3,4).

Skepsis aufgrund fehlender Informationen

Auf die Frage, warum Gas ihrer Meinung nach nicht grüner werden kann, antworten fast 45 Prozent der Transformationskeptiker mit „Weiß nicht“. Weitere 9,5 Prozent geben an, sie wüssten nicht, wie diese Transformation konkret umgesetzt werden könne. Bei vielen Befragten ist also Unwissenheit ein offensichtlicher Grund für die Skepsis.

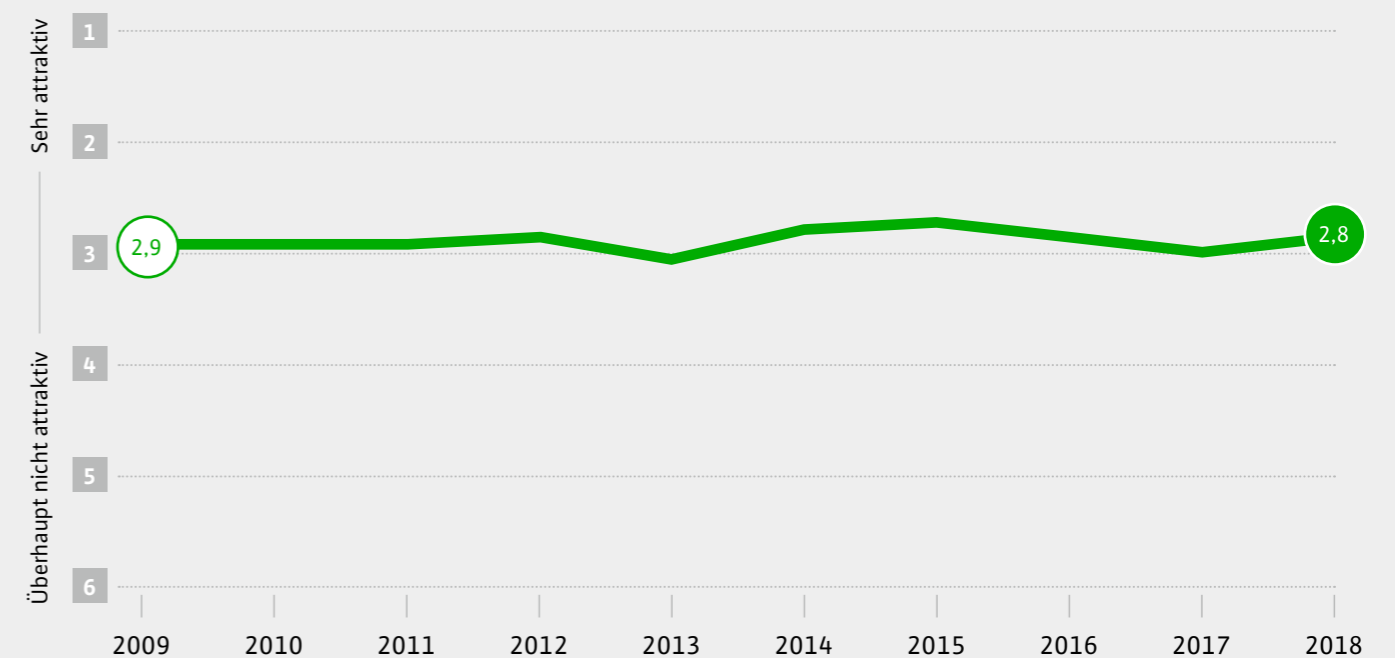
Unter den Befragten, die an eine grüne Perspektive für Erdgas glauben, sehen fast 40 Prozent vor allem in der vermehrten Verwendung von Bio-Erdgas sowie in modernen, effizienten und schadstoffarmen Heizungsanlagen Möglichkeiten, um die Nachhaltigkeit von Erdgas zu steigern.

Bio-Erdgas: ein attraktives Produkt

Die Attraktivität von Bio-Erdgas ist bei den Eigenheimbesitzern unverändert hoch: Fast die Hälfte der Befragten hält ein Bio-Erdgas-Produkt für „sehr attraktiv“ oder „attraktiv“. Die Bekanntheit von Bio-Erdgas ist gegenüber 2017 deutlich angestiegen: von knapp 29 auf knapp 39 Prozent. Auch die Bereitschaft, für ein Bio-Erdgas-Produkt mehr zu zahlen, hat zugenommen: 35 Prozent wären dazu bereit.

Die erneuerbaren Gasarten zahlen positiv auf das Image von Erdgas als umweltschonenden und nachhaltigen Energieträger ein. Die Erfahrungen der Gasbranche, die mit der Kommunikation zu Bio-Erdgas gemacht wurden, lassen sich auf die weiteren erneuerbaren Gasarten anwenden: Je gezielter und genauer erneuerbares Gas erklärt wird, desto klarer werden die Umweltvorteile des Energieträgers.

Attraktivität von Bio-Erdgas



Eine Anwendungsmöglichkeit von Bio-Erdgas ist die Beimischung zu herkömmlichem Erdgas. Für wie attraktiv halten Sie es, wenn Ihr Erdgasversorger Ihnen zukünftig ein solches Bio-Erdgas-Produkt anbieten würde?

Handlungsempfehlung des BDEW

Die Kommunikation sollte auch weiterhin um belastbare Anhaltspunkte ökologischer Erdgasanwendungen angereichert werden, insbesondere im Hinblick auf erneuerbares Gas. Die Einbeziehung von erneuerbaren Gasarten in die Kommunikation hat einen positiven Einfluss auf das grüne Image von Erdgas als umwelt-

schonenden und nachhaltigen Energieträger und untermauert zudem seine Zukunftsfähigkeit. Der Ansatz sollte dabei edukativ-informativ sein, da sowohl zu Bio-Erdgas als auch zu den anderen erneuerbaren Gasarten nach wie vor Informationsdefizite bei den Verbrauchern vorhanden sind.



Erkenntnis 10

ERDGAS ist als Marke bei den Eigenheimbesitzern weiterhin etabliert.



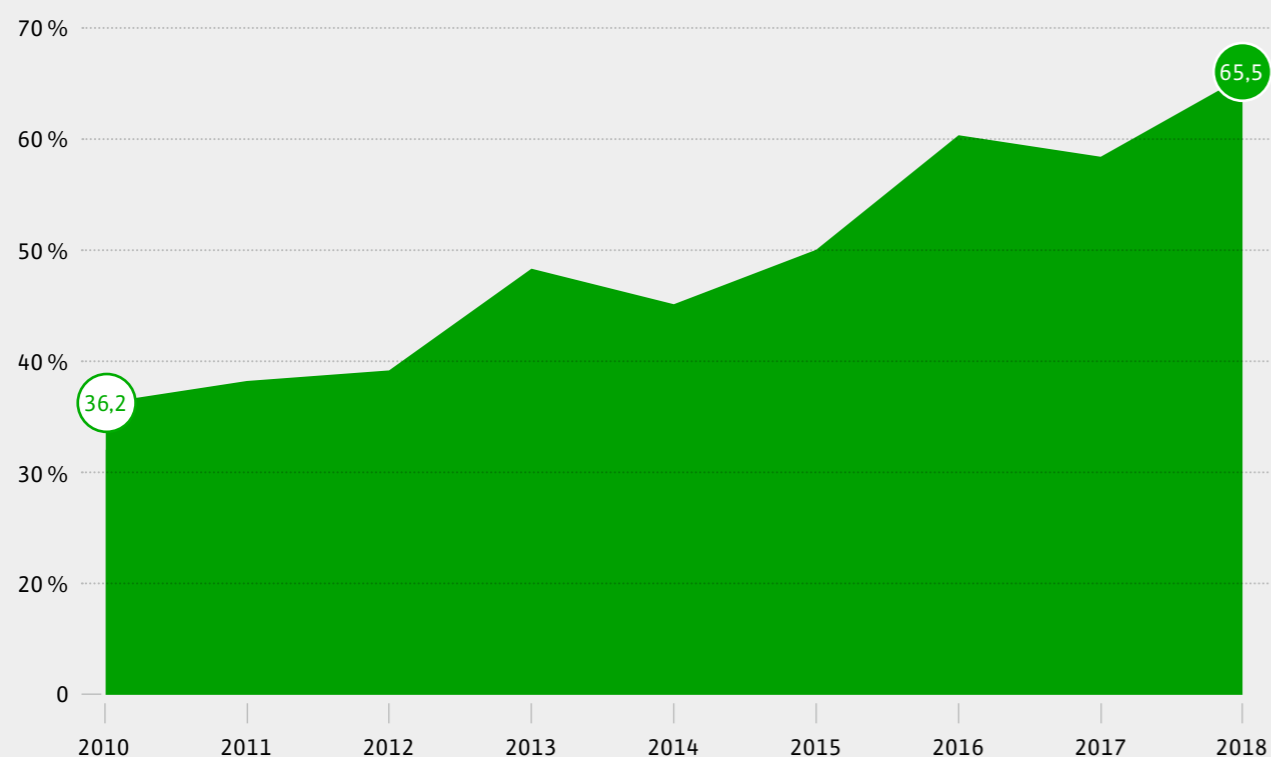
Die 2010 neu eingeführte und neu positionierte Marke ERDGAS hat sich bei den Eigenheimbesitzern etabliert. Die ungestützte Erinnerung an das Erdgas-Logo ist zwar zurückgegangen, auch die einzelnen Elemente des Logos wie grüne Schrift oder das grüne Blatt werden etwas weniger oft als Bestandteile genannt. Dies ist auf die geringere Medienpräsenz des Logos zurückzuführen.

Die gestützte Erinnerung an das Logo hat sich allerdings deutlich erhöht: Fast zwei Drittel der Befragten können sich an das Logo erinnern, wenn es ihnen gezeigt wird. Diese gegenläufige Entwicklung der ungestützten und gestützten Bekannt-

heit ist ein Indikator für die gute Verankerung des Logos in der Zielgruppe aufgrund langjähriger Marktpräsenz.

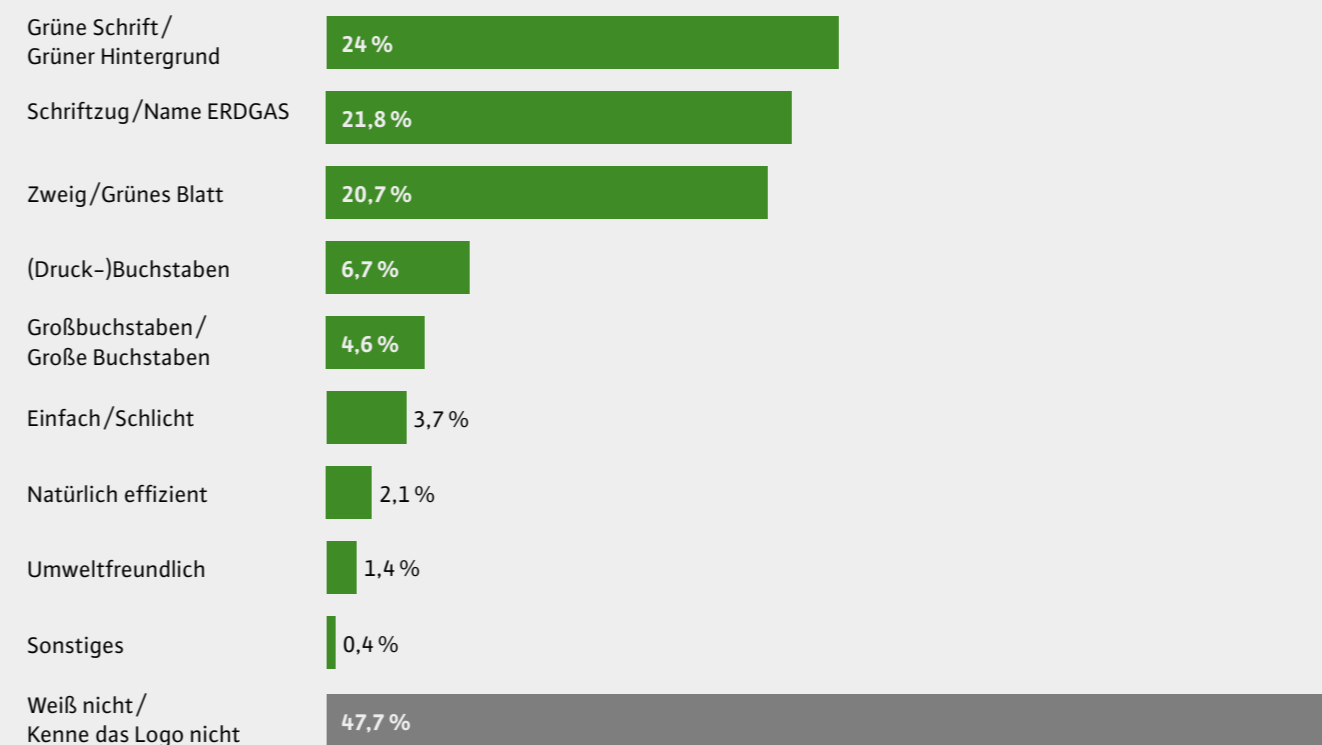
Je bekannter das Logo, desto positiver ist offenbar auch die Einstellung der Befragten zu Erdgas und seiner Erneuerbarkeit. Zum einen besteht zwischen der Bekanntheit des Erdgas-Logos und dem Wunsch nach Erdgas bzw. Erdgas und Solar als zukünftiger Heizenergie ein positiver Zusammenhang. Zum anderen zeigen sich die Befragten, denen die Marke ERDGAS bekannt ist, aufgeschlossener gegenüber einer „grünen“ Perspektive für den Energieträger.

Das Erdgas-Logo wird von 65,5 Prozent gestützt erinnert



Haben Sie dieses Logo schon einmal gesehen?

Das Erdgas-Logo hat sich in der Zielgruppe manifestiert



Jede Produktmarke hat ein Logo, so z. B. Adidas die „Drei Streifen“ oder Mercedes-Benz den „Stern“. Wenn Sie an das Logo der Produktmarke ERDGAS denken: Wie würden Sie dieses Logo beschreiben?

Handlungsempfehlung des BDEW

Um die Bekanntheitswerte des Erdgas-Logos zu halten bzw. auszubauen, sollte die Kommunikation zu Erdgas gerade gegenüber den Endkunden wieder verstärkt werden. Eine weitere Erhöhung der Markenbekanntheit unter anderem durch einen stimmigen Einsatz des Logos sorgt auch dafür, dass der Energieträger weiterhin erfolgreich im Wärmemarkt positioniert bleibt.

Der BDEW führt die Marke ERDGAS und garantiert die freie Nutzung für alle Mitgliedsunternehmen. Das Logo und weitere Informationen zu Anwendungen finden Sie im Mitgliederbereich unter www.bdew.de.

Weitere Publikationen und Informationsangebote des BDEW

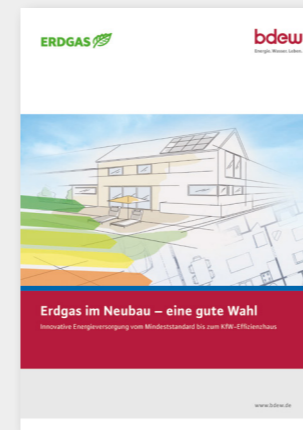


Effizient und innovativ
25 beispielhafte
Erdgas-Anwendungen



Gas kann grün
25 Praxisbeispiele – ein
Beitrag zum Klimaschutz

Mit Gas in die Zukunft
Die Energiewende effizient
und bezahlbar gestalten



Erdgas im Neubau –
eine gute Wahl

Impressum

Herausgeber

BDEW Bundesverband der Energie- und Wasserwirtschaft e. V.
Reinhardtstraße 32
10117 Berlin

Telefon +49 30 300199-0
Telefax +49 30 300199-3900
info@bdew.de
www.bdew.de

Redaktion und Ansprechpartner BDEW

Geschäftsbereich Vertrieb, Handel und gasspezifische Fragen
Livia Beier
livia.beier@bdew.de

Konzeption, Text und Realisation

EKS – DIE AGENTUR
Energie Kommunikation Services GmbH
www.eks-agentur.de

Finanziert durch die Gemeinschaftsaktion Gas

Stand: November 2018

Alle Angaben in dieser Broschüre beziehen sich auf die Überprüfung der Soll-Positionierung des Produktes Erdgas 2018, Ergebnisbericht Welle 12, durchgeführt von management consult Dr. Eisele & Dr. Noll GmbH, Mannheim.

Für BDEW-Mitgliedsunternehmen stehen eine Management Summary und eine Kurzfassung der Präsentation zur Positionierungsstudie Erdgas 2018 auf www.bdew.de zum Download zur Verfügung.

Die Positionierungsstudie Erdgas 2018

Durchführung

management consult
Dr. Eisele & Dr. Noll GmbH, Mannheim

Auftraggeber

BDEW Bundesverband der
Energie- und Wasserwirtschaft e. V.

Begleitung

Projektgruppe Marktforschung
Erdgas- und Wärmemarkt

Die Positionierungsstudie untersucht die Wahrnehmung des Produktes Erdgas vor dem Hintergrund veränderter Rahmenbedingungen, überprüft die Soll-Positionierung und vergleicht die Ergebnisse mit denen der Vorjahre. Zur Erstellung der Studie wurden computergestützte persönliche Interviews mit 512 repräsentativ ausgewählten Eigenheimbesitzern im gas-berohrten Gebiet in Deutschland geführt. Aus den Ergebnissen der Untersuchung lassen sich Ableitungen zur Weiterentwicklung der Erdgas-Kommunikation entwickeln.

In diesem PDF-Dokument sind unter anderem interaktive Grafiken eingebunden. Um diese Features nutzen zu können, benötigen Sie bei der Lektüre eine Internetverbindung.