

Evaluierung der Kampagne zur thermischen Sanierung

Wiederholungsmessung August 2024

Wien, 2024

Impressum

Medieninhaber, Verleger und Herausgeber:

Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität,
Innovation und Technologie, Radetzkystraße 2, 1030 Wien

Umsetzung: TQS Research & Consulting KG



Wien, 2024. Stand: 18. September 2024

Inhalt

1 Untersuchungsdesign	5
2 Statistische Merkmale der Stichprobe	6
3 Fragestellungen und Ergebnisse.....	9
3.1 Besitzverhältnisse	9
3.2 Aktueller Zustand der Immobilien.....	10
3.2 Sanierungs- oder Verbesserungsmaßnahmen	11
3.3 Wichtigkeit von Sanierungszielen	12
3.4 Hauptgrund für Maßnahmen	14
3.5 Zeitraum für Maßnahmen	15
3.6 Widerstände gegen Sanierungs- und Verbesserungsmaßnahmen.....	16
3.7 Kenntnisse und Wissen zur thermischen Sanierung	19
3.8 Informationsbedarf	20
3.9 Interesse an Förderungen	21
3.10 Gründe für fehlendes Interesse	22
3.11 Informationsstand zu Fördermöglichkeiten.....	23
3.12 Inanspruchnahme von Förderungen in der Vergangenheit.....	24
3.13 Wahrscheinlichkeit einer thermischen Sanierung	25
3.14 Geplante Maßnahmen	26
3.15 Informationsquellen	27
3.16 Wahrnehmung des Themas	29
3.17 Informationskanäle zum Thema „Sanierungsförderung“	30
3.18 Erinnerung an Informationen und Inhalte	31
3.19 Bekanntheit aktueller Förderkampagnen	32
3.20 Informationskanäle	33
3.21 Bewertung der Kampagne.....	34
3.22 Gründe für Bewertung	35
3.23 Inanspruchnahme der Förderung	37
3.24 Zufriedenheit mit der Abwicklung.....	38
3.25 Zukünftige Wünsche.....	39
4 Zusammenfassung.....	40
5 Statistische Analyse.....	42
5.1 Sanierungsbedarf	42
5.2 Sanierungswissen und Interesse	42
5.3 Erhebungsvergleich	43

Tabellenverzeichnis.....	44
Abbildungsverzeichnis.....	45

1 Untersuchungsdesign

Im Folgenden werden die Eckdaten der Befragung näher erläutert.

Tabelle 1 Eckdaten der Befragung

Studientitel	Evaluierung der Kampagne zur thermischen Sanierung – Wiederholungsmessung August 2024
Instrument	Fragebogen mit offenen und geschlossenen Fragestellungen
Zielgruppe	Besitzer:innen von Ein- und Zweifamilien- bzw. Reihenhäusern
Methode	CAWI - Computer Assisted Web Interviews
Sample	n = 800 Interviews
Schwankungsbreite	± 3 Prozentpunkte (bei n = 800)
Untersuchungszeitraum	Welle 1: 02. bis 11. Mai 2023, Welle 2: 19. bis 30. August 2024
Auswertung	Ergebnislieferung: Tabellenband mit Zitaten, Ergebnisbericht inkl. Charts, statistischer Analyse und Summary
Auftraggeber	Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie
Auftragnehmer	TQS Research & Consulting KG

2 Statistische Merkmale der Stichprobe

Die folgenden Tabellen beschreiben die statistischen Merkmale der Studie.

Tabelle 2 Geschlecht

Geschlecht	Anzahl	Prozent
männlich	404	50,5%
weiblich	394	49,3%
divers	2	0,3%

Tabelle 3 Alter

Alter	Anzahl	Prozent
18 - 29 Jahre	214	26,8%
30 - 39 Jahre	192	24,0%
40 - 49 Jahre	151	18,9%
50 - 65 Jahre	198	24,8%
66 Jahre und älter	45	5,6%

Tabelle 4 Bundesland

Bundesland	Anzahl	Prozent
Wien	38	4,8%
Niederösterreich	225	28,1%
Burgenland	46	5,8%
Oberösterreich	151	18,9%
Steiermark	144	18,0%
Salzburg	44	5,5%
Kärnten	63	7,9%
Tirol	53	6,6%
Vorarlberg	36	4,5%

Tabelle 5 Höchste abgeschlossene Schulbildung

Höchste abgeschlossene Schulbildung	Anzahl	Prozent
Pflichtschule (d.h. Haupt-, Bürger-, Volksschule oder Polytechnikum)	48	6,0%
Berufs-, Fachschule, mittlere Lehranstalt	281	35,1%
Matura	239	29,9%
Abgeschlossene Hochschule, Universität, Fachhochschule	231	28,9%
Anderes	1	0,1%

Tabelle 6 Beruf

Beruf	Anzahl	Prozent
Selbstständig, freiberuflich	127	15,9%
Angestellte:r, Beamt:in	385	48,1%
Arbeiter:in	106	13,3%
Landwirt:in	3	0,4%
Lehrling	6	0,8%
Nicht berufstätig, arbeitssuchend	36	4,5%
Schüler:in, Studierende:r	31	3,9%
In Karenz	19	2,4%
In Pension	87	10,9%

Tabelle 7 Monatliches Haushalts-Nettoeinkommen

Monatliches Haushalts- Nettoeinkommen	Anzahl	Prozent
bis unter € 1.000,--	21	2,6%
€ 1.000,-- bis unter € 1.500,--	28	3,5%
€ 1.500,-- bis unter € 2.000,--	53	6,6%
€ 2.000,-- bis unter € 2.500,--	90	11,3%
€ 2.500,-- bis unter € 3.000,--	96	12,0%
€ 3.000,-- bis unter € 5.000,--	275	34,4%
€ 5.000,-- oder höher	166	20,8%
keine Angabe	71	8,9%

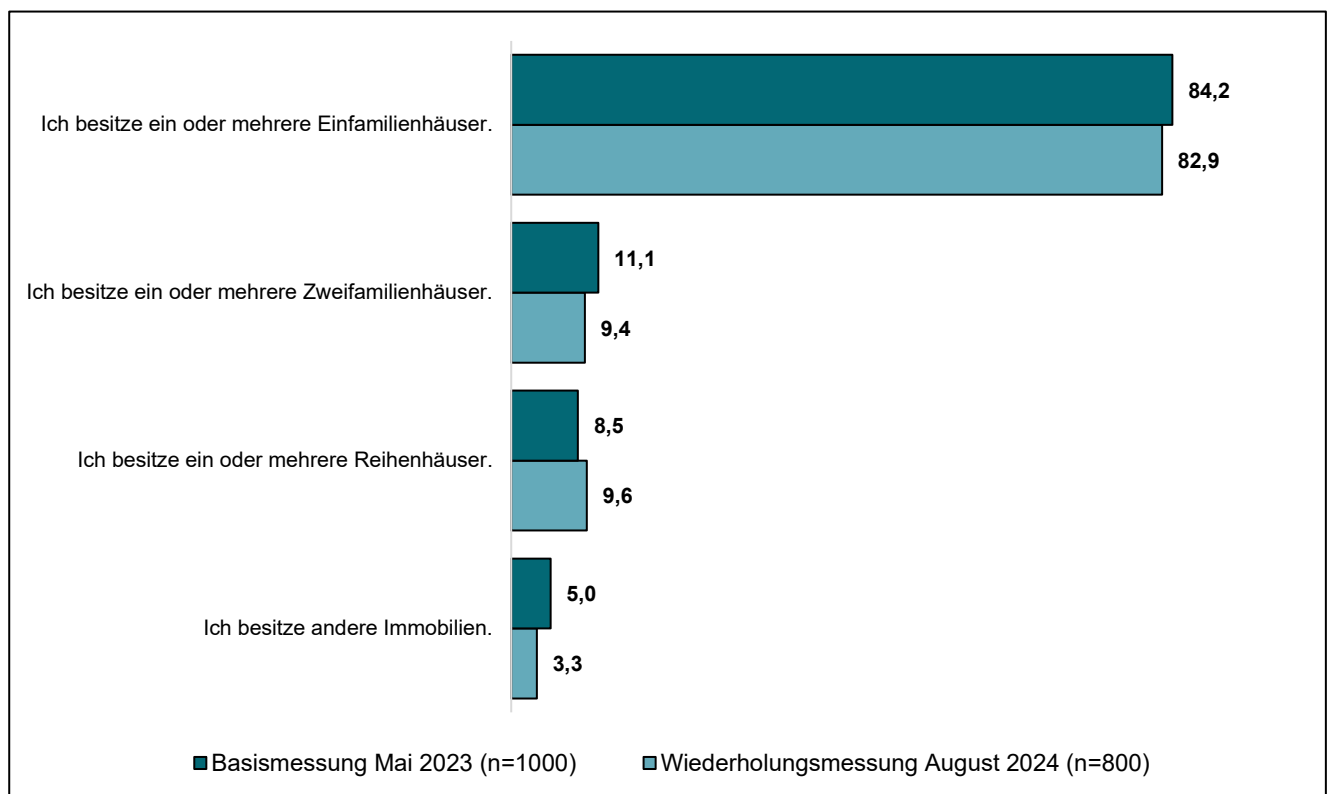
3 Fragestellungen und Ergebnisse

In diesem Kapitel werden die Fragestellungen und Ergebnisse der Studie im Detail näher erläutert und als Grafiken dargestellt.

3.1 Besitzverhältnisse

Frage S2: „Besitzen Sie Ein- oder Zweifamilienhäuser bzw. Reihenhäuser? Welche der folgenden Aussagen trifft auf Sie zu?“ (Angaben in %, Mehrfachnennungen)

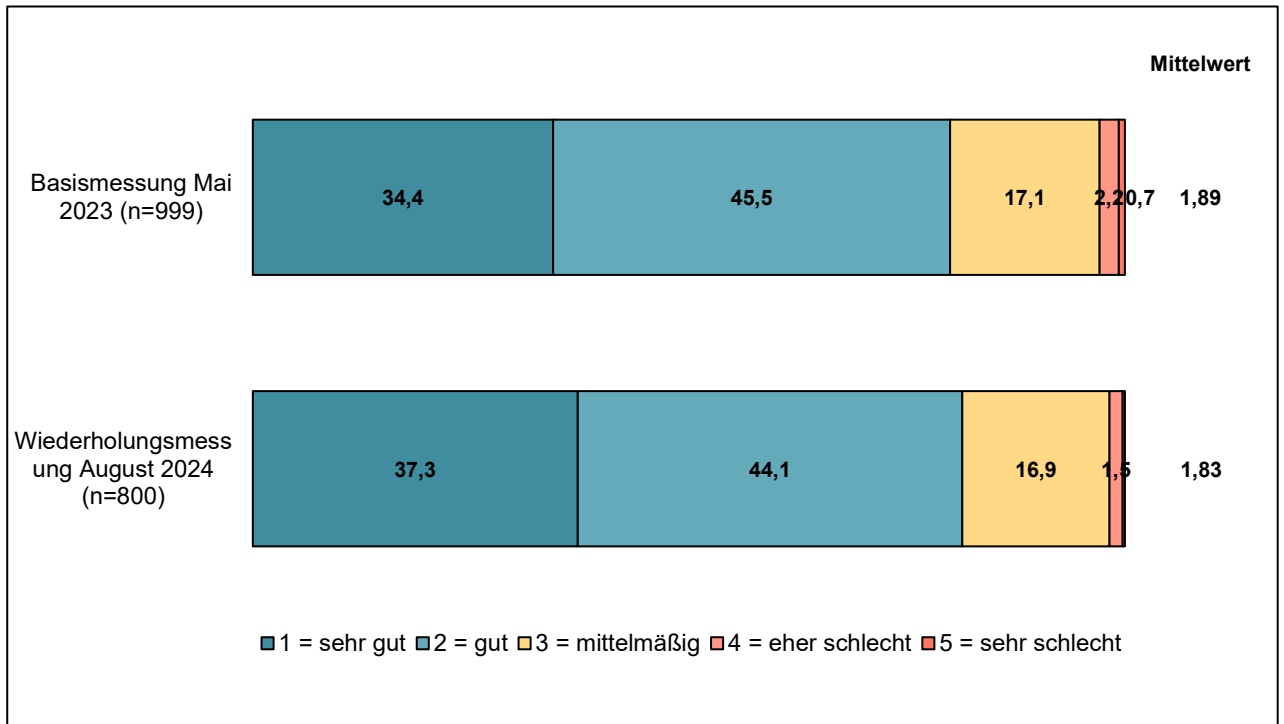
Abbildung 1 Besitzverhältnisse



3.2 Aktueller Zustand der Immobilien

Frage 1: „Wie bewerten Sie den aktuellen Zustand Ihres Hauses?“ (Angaben in %)

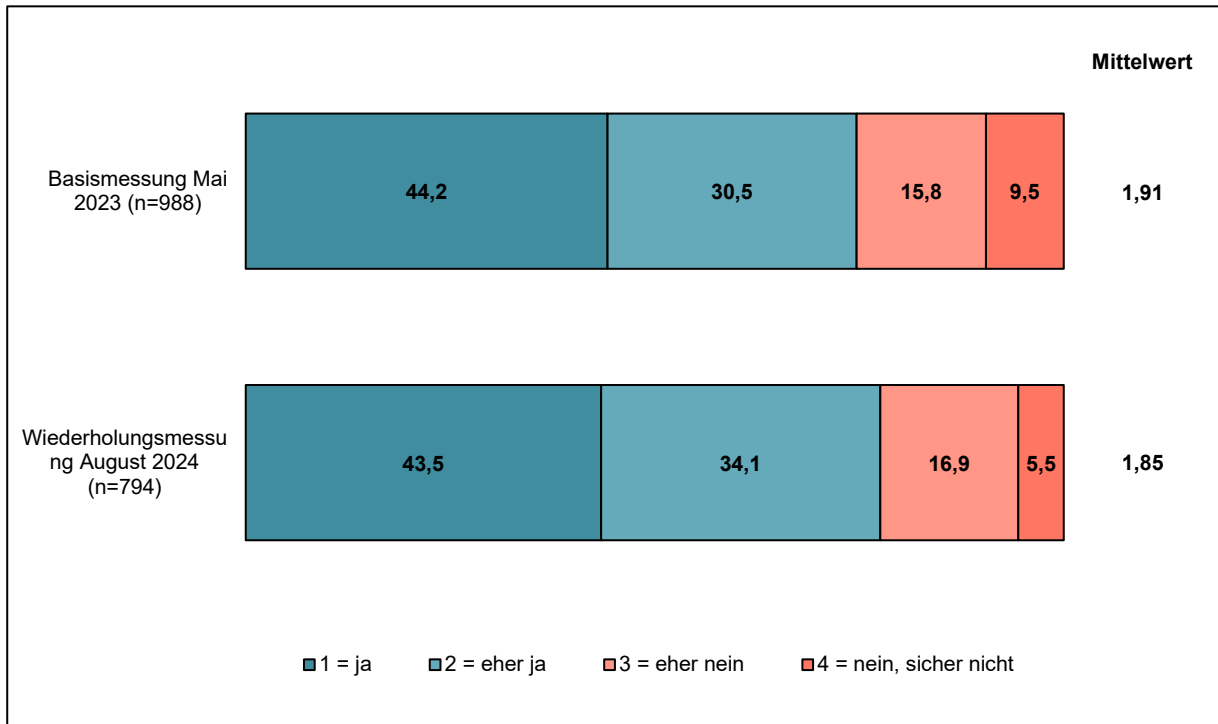
Abbildung 2 Gesamtzustand des Hauses



3.2 Sanierungs- oder Verbesserungsmaßnahmen

Frage 2: „Haben Sie schon einmal daran gedacht, Sanierungs- oder Verbesserungsmaßnahmen an Ihrem Haus durchzuführen?“ (Angaben in %)

Abbildung 3 Sanierungs- oder Verbesserungsmaßnahmen



3.3 Wichtigkeit von Sanierungszielen

Frage 3: „Wie wichtig sind bzw. wären für Sie folgende Aspekte und Ziele, die im Rahmen von Sanierungs- und Verbesserungsmaßnahme bei Ihrem Haus erreicht werden können?“ (Angaben in %)

Abbildung 4 Wichtigkeit von Sanierungszielen (Wiederholungsmessung)

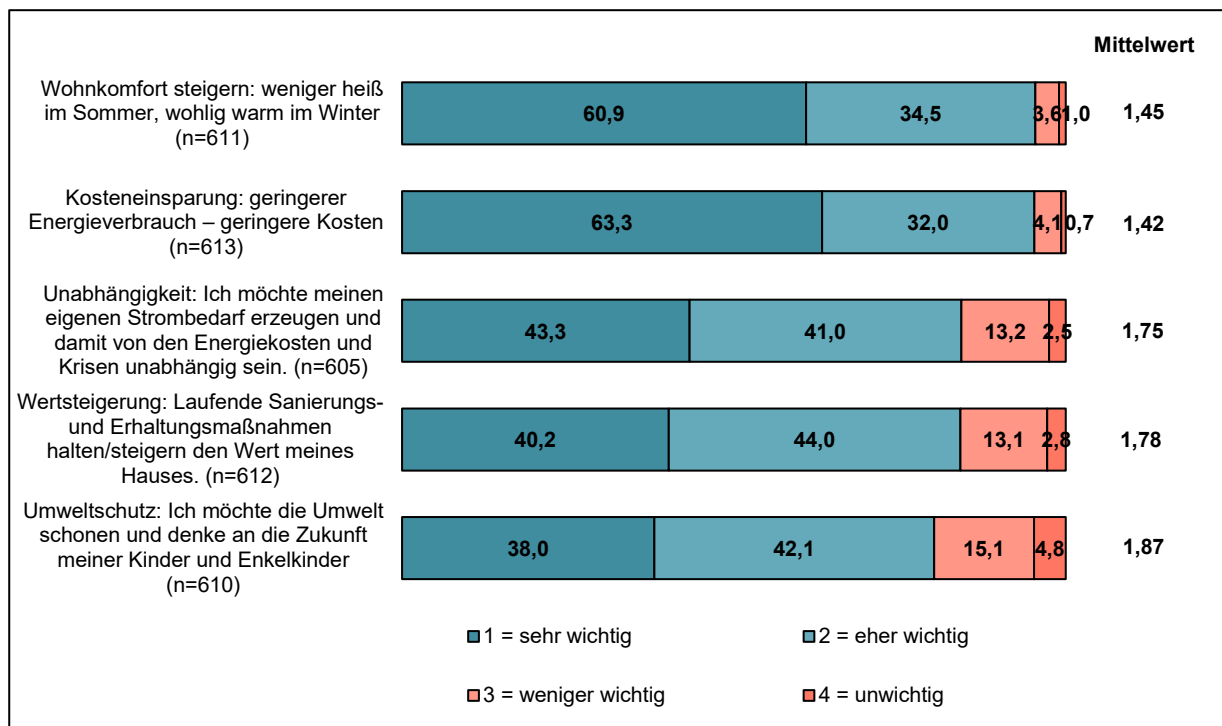
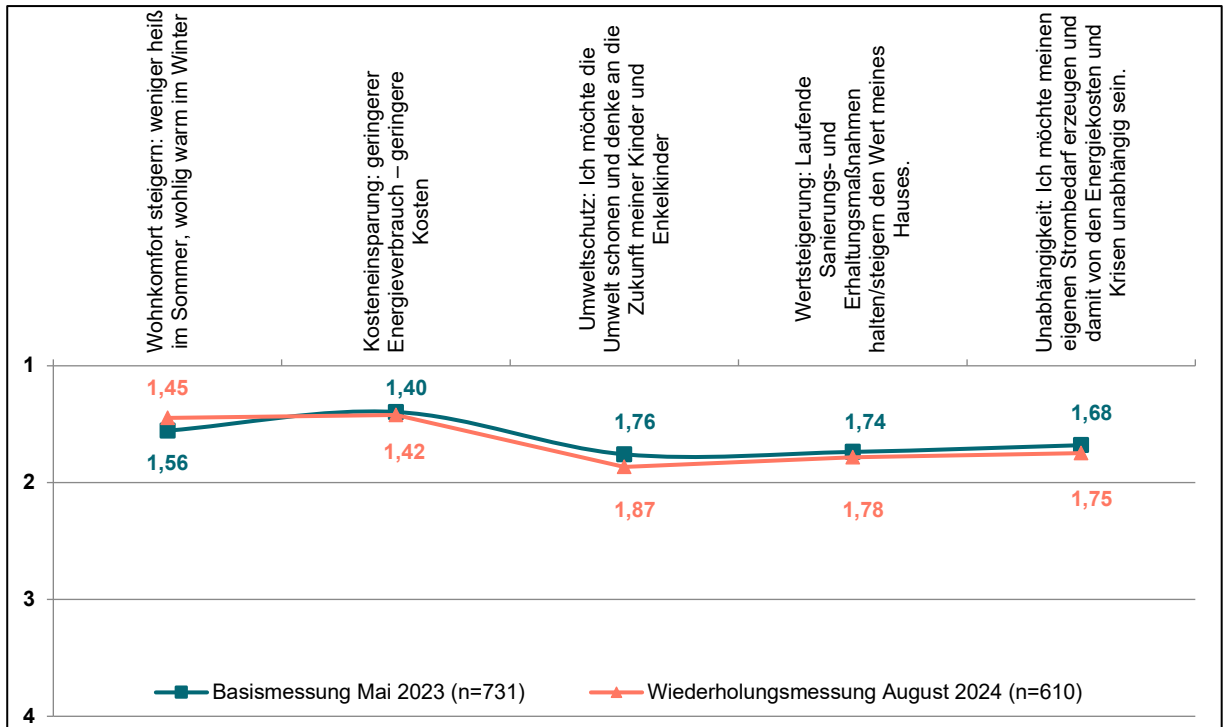


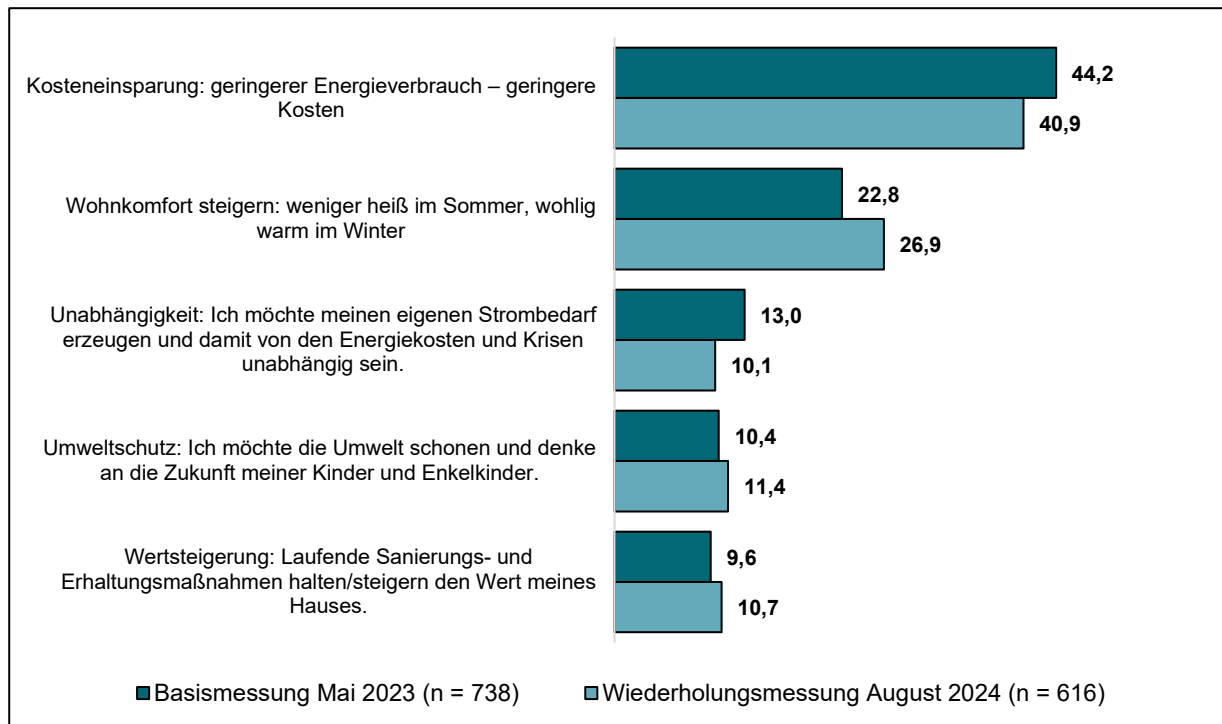
Abbildung 5 Vergleich der beiden Erhebungen



3.4 Hauptgrund für Maßnahmen

Frage 4: „Aus den genannten Vorteilen, was wäre für Sie der Hauptgrund, um bei Ihrem Haus eine Sanierungs- oder Verbesserungsmaßnahme zu setzen?“ (Angaben in %, Basis: wenn Person bereits an Sanierungs- oder Verbesserungsmaßnahmen gedacht hat)

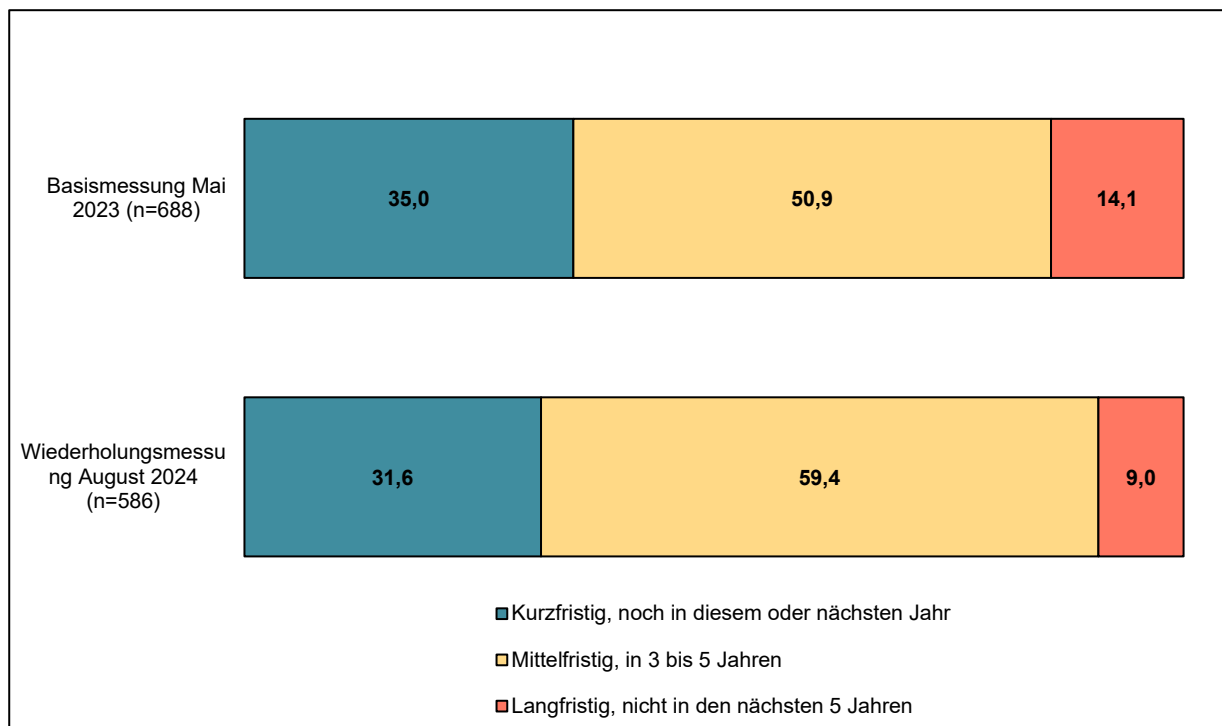
Abbildung 6 Hauptgrund für Maßnahmen



3.5 Zeitraum für Maßnahmen

Frage 6: „Wann haben Sie geplant bzw. überlegt, Sanierungs- oder Verbesserungsmaßnahmen an Ihrem Haus durchzuführen?“ (Angaben in %, Basis: wenn Person bereits an Sanierungs- oder Verbesserungsmaßnahmen gedacht hat)

Abbildung 7 Zeitraum für Maßnahmen



3.6 Widerstände gegen Sanierungs- und Verbesserungsmaßnahmen

Frage 7: „Hemmnisse/Barrieren: Was sind bzw. wären für Sie Hinderungsgründe, warum Sie keine Sanierungs- oder Verbesserungsmaßnahmen an Ihrem Haus vornehmen möchten?“ (Angaben in %)

Abbildung 8 Widerstände gegen Sanierungs- und Verbesserungsmaßnahmen (Wiederholungsmessung)

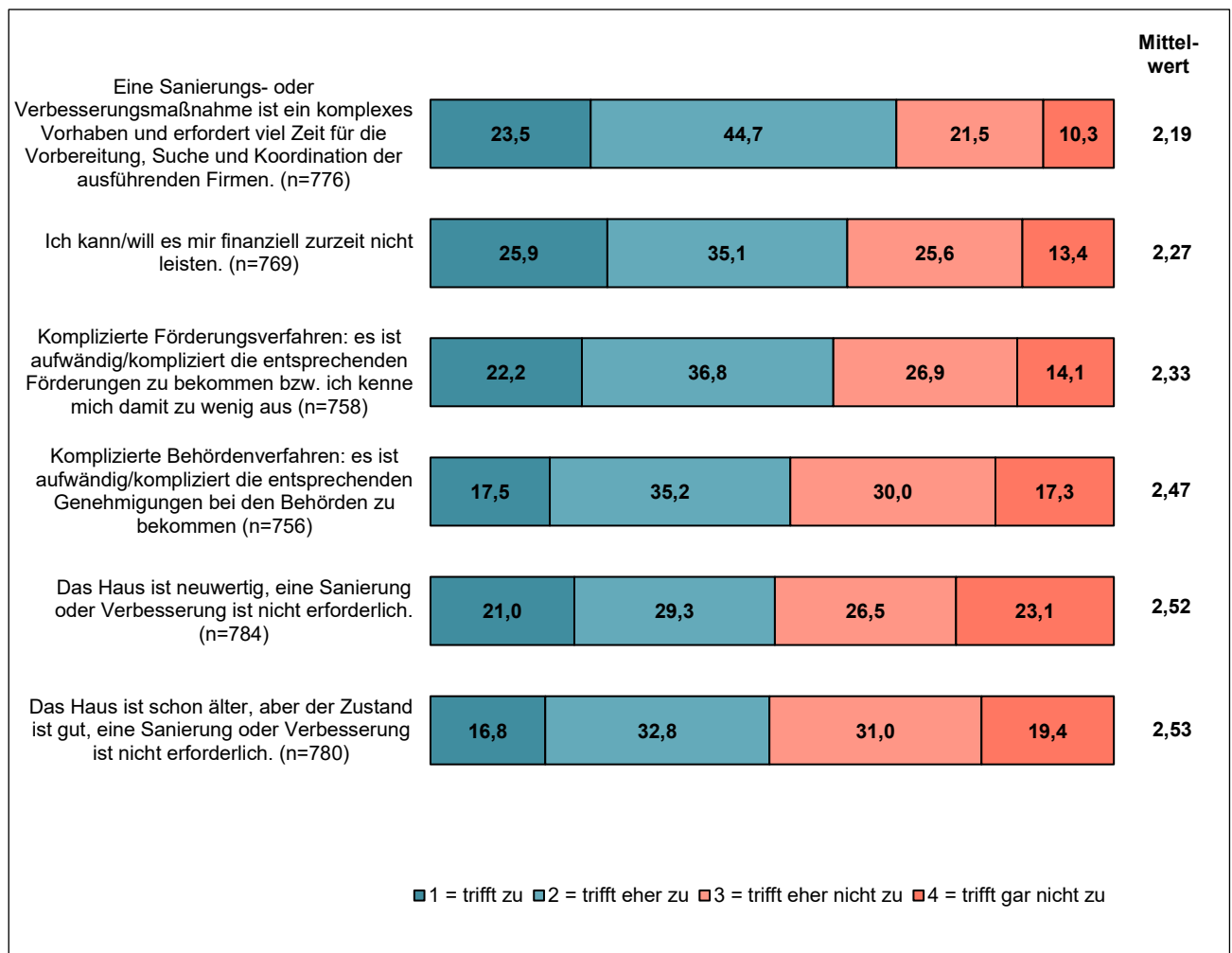


Abbildung 9 Widerstände gegen Sanierungs- und Verbesserungsmaßnahmen
(Wiederholungsmessung)

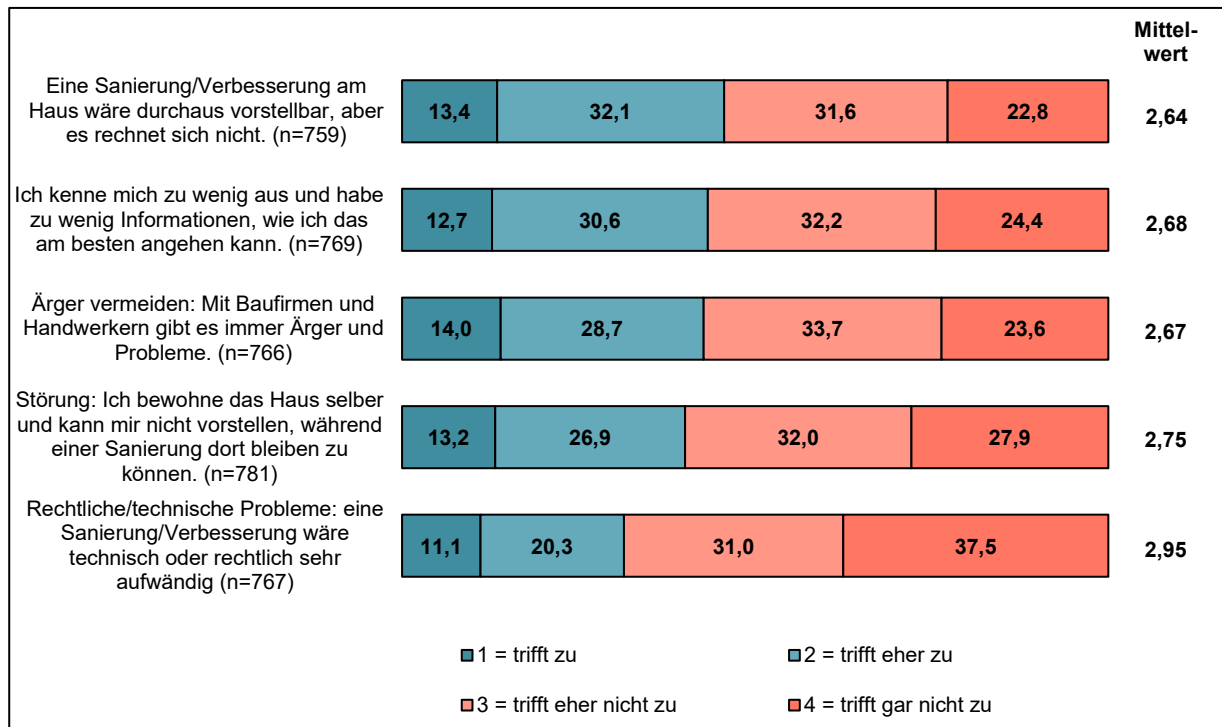
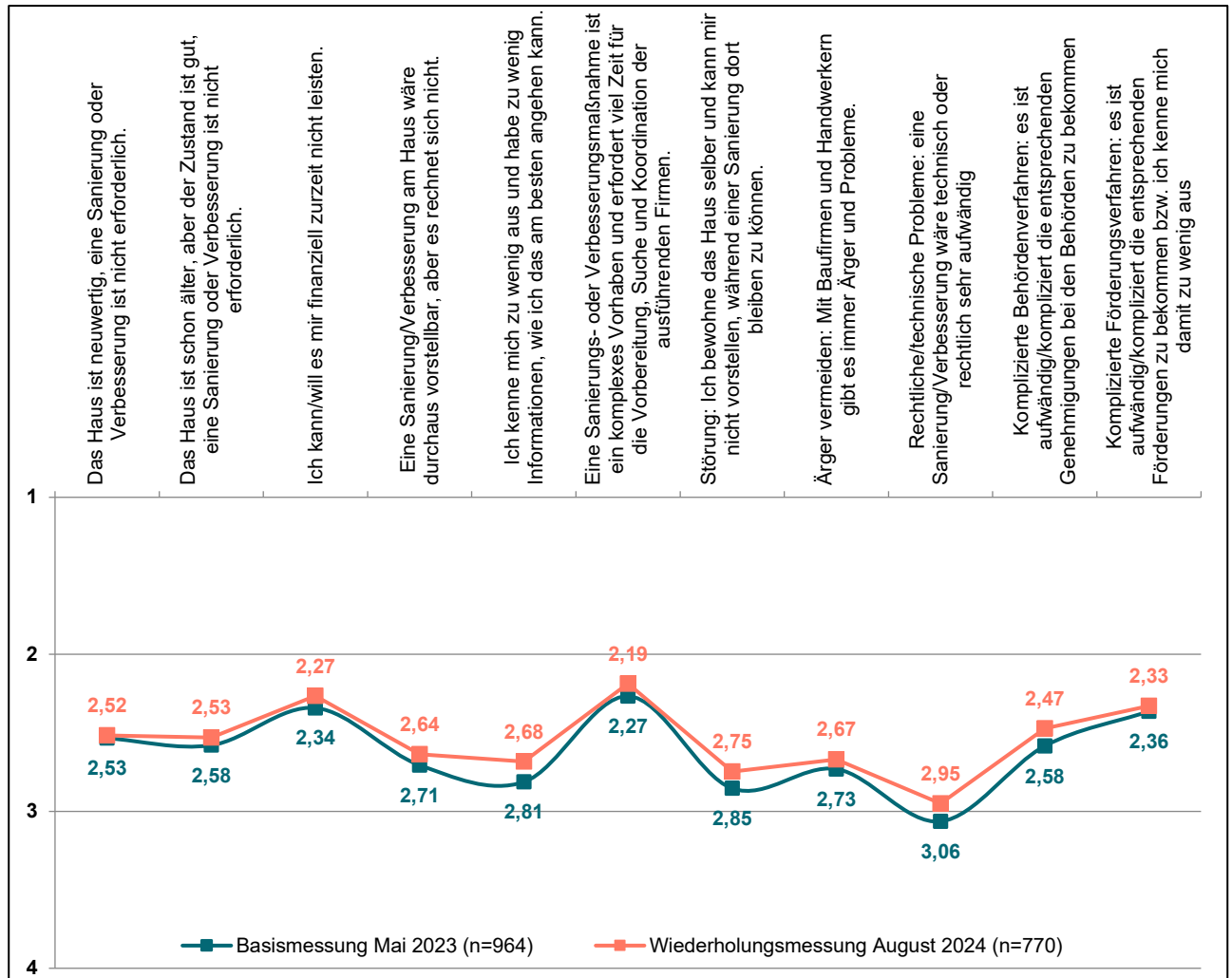


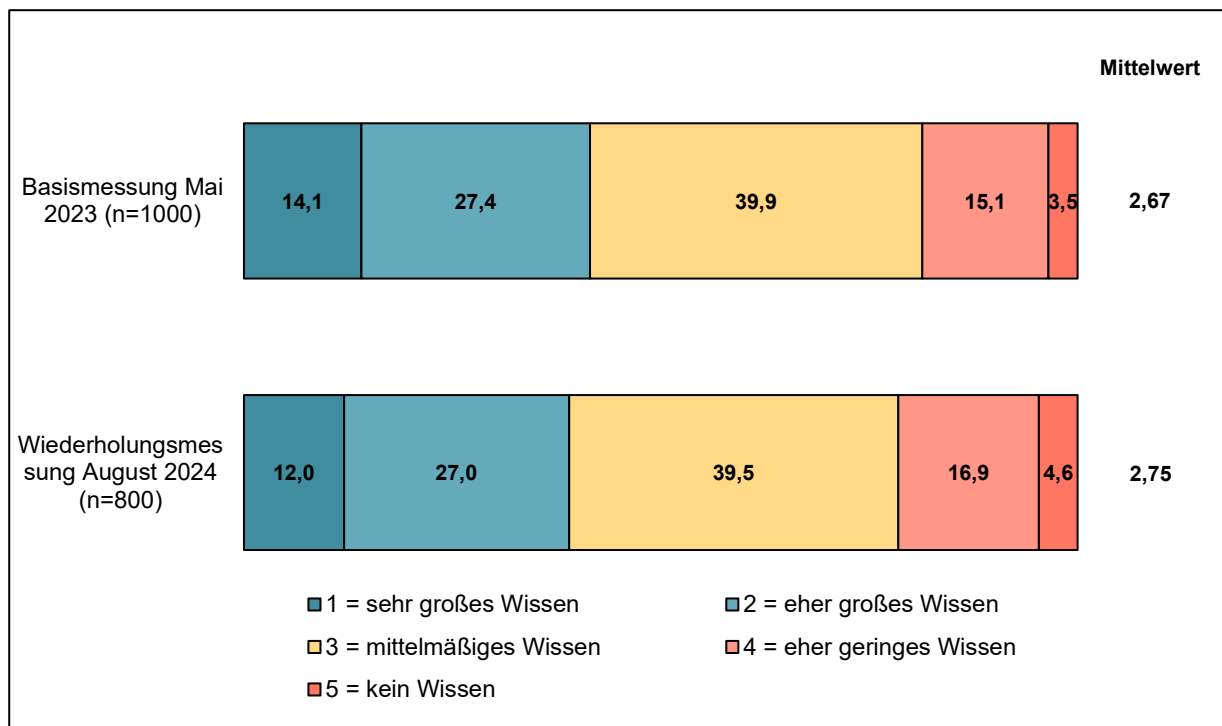
Abbildung 10 Vergleich zwischen den Erhebungen



3.7 Kenntnisse und Wissen zur thermischen Sanierung

Frage 8: „Alles in Allem, wie schätzen Sie derzeit Ihre eigenen Kenntnisse/Ihr Wissen über das Thema „Thermische Sanierungen und Verbesserungsmaßnahmen“ für ein Haus und Fördermöglichkeiten ein?“ (Angaben in %)

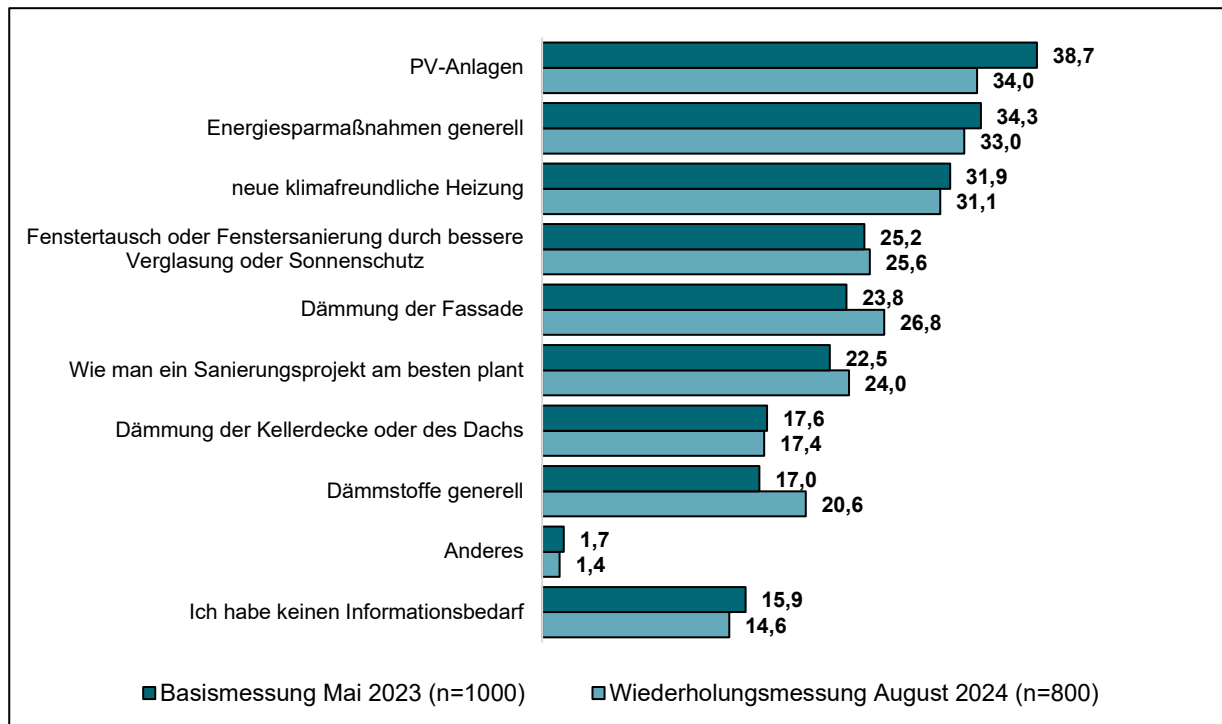
Abbildung 11 Wissen zur thermischen Sanierung



3.8 Informationsbedarf

Frage 9: „Zu welchen der folgenden Themen hätten Sie gerne mehr gewusst oder würden Sie gerne mehr Informationen bekommen?“ (Angaben in %, Mehrfachnennungen)

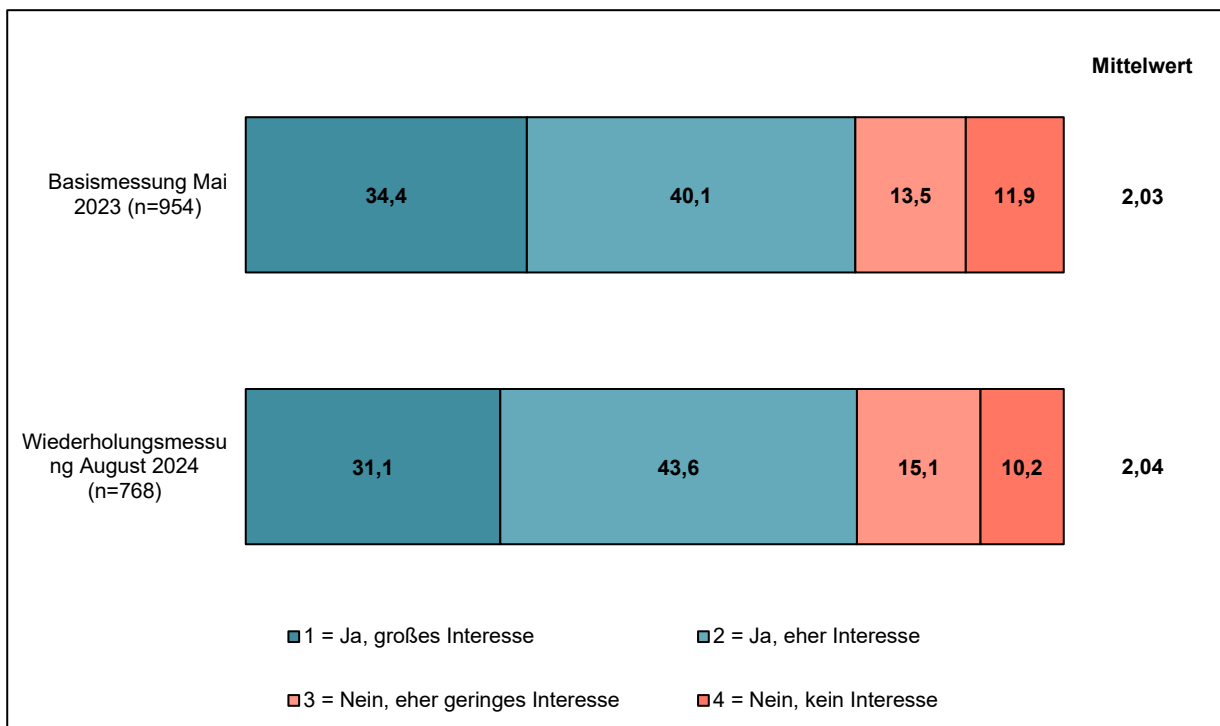
Abbildung 12 Informationsbedarf



3.9 Interesse an Förderungen

Frage 10: „Können Sie sich vorstellen, für diese Sanierungs- oder Verbesserungsmaßnahmen in Ihrem Haus auch eine Förderung in Anspruch zu nehmen? Haben Sie Interesse?“ (Angaben in %)

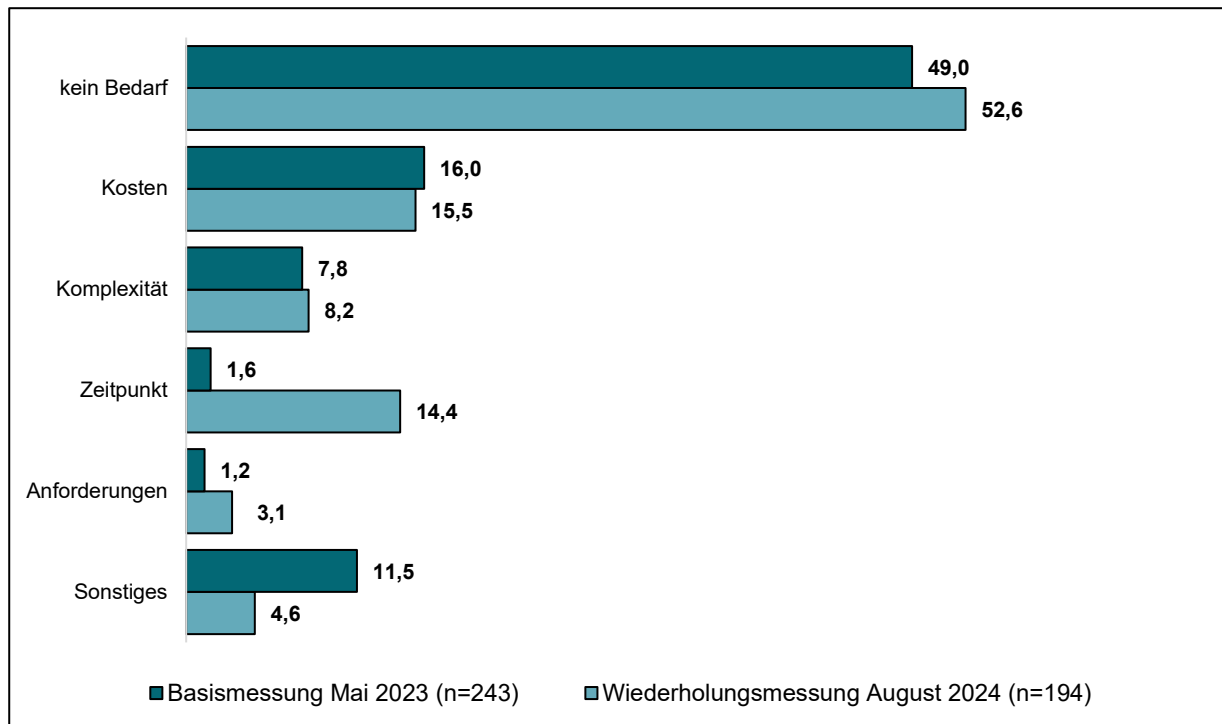
Abbildung 13 Interesse an Förderungen



3.10 Gründe für fehlendes Interesse

Fragen 11: „Warum kommt es für Sie (eher) nicht in Frage, eine Förderung in Anspruch zu nehmen?“ (Angaben in %, offene Frage, Basis: wenn geringes oder kein Interesse an Förderungen besteht)

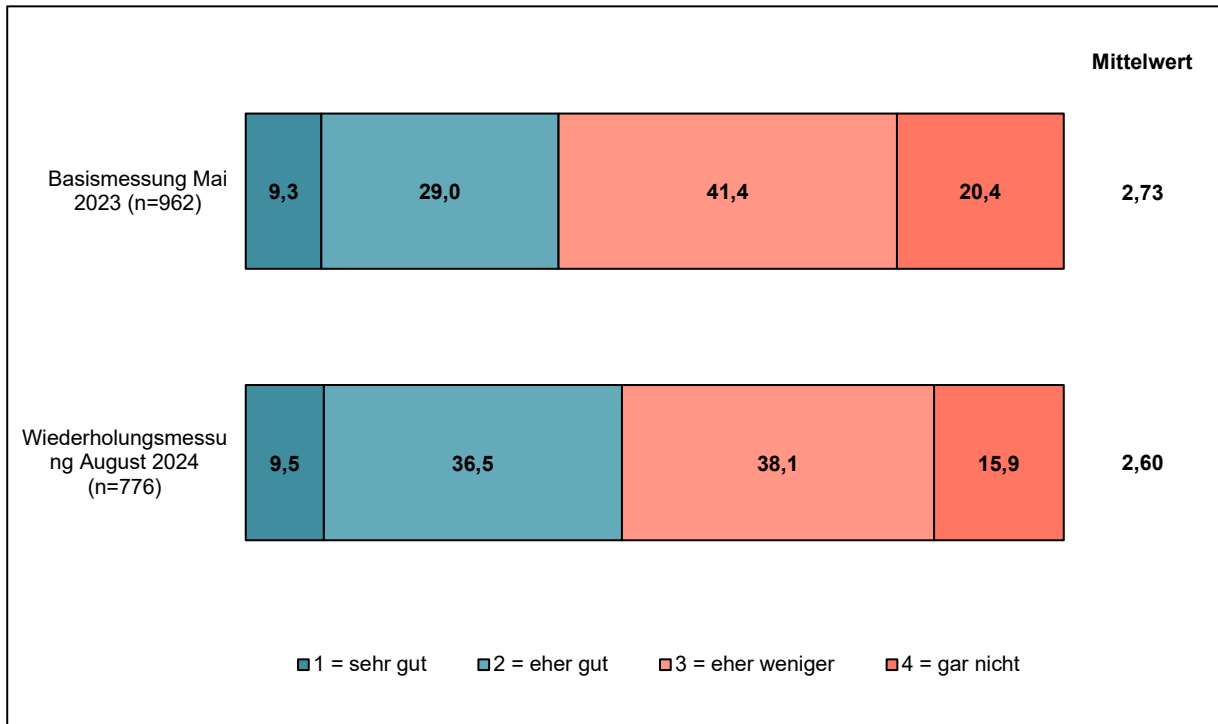
Abbildung 14 Gründe für fehlendes Interesse



3.11 Informationsstand zu Fördermöglichkeiten

Frage 12: „Wie gut fühlen Sie sich über Fördermöglichkeiten zum Thema „Thermische Sanierungen“ informiert?“ (Angaben in %)

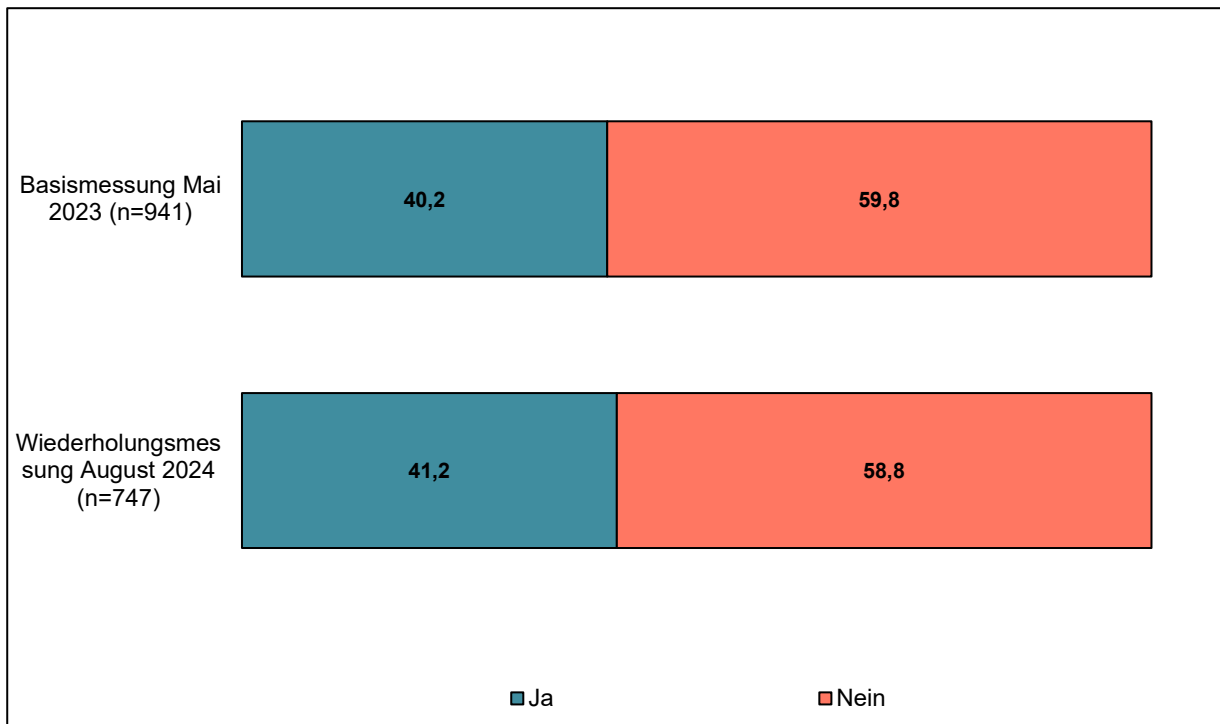
Abbildung 15 Informationsstand zu Fördermöglichkeiten



3.12 Inanspruchnahme von Förderungen in der Vergangenheit

Frage 13: „Haben Sie in der Vergangenheit schon einmal eine Förderung für Sanierungs- oder Verbesserungsmaßnahmen an Ihrem Haus in Anspruch genommen? Wurde Ihnen eine Förderung bewilligt?“ (Angaben in %)

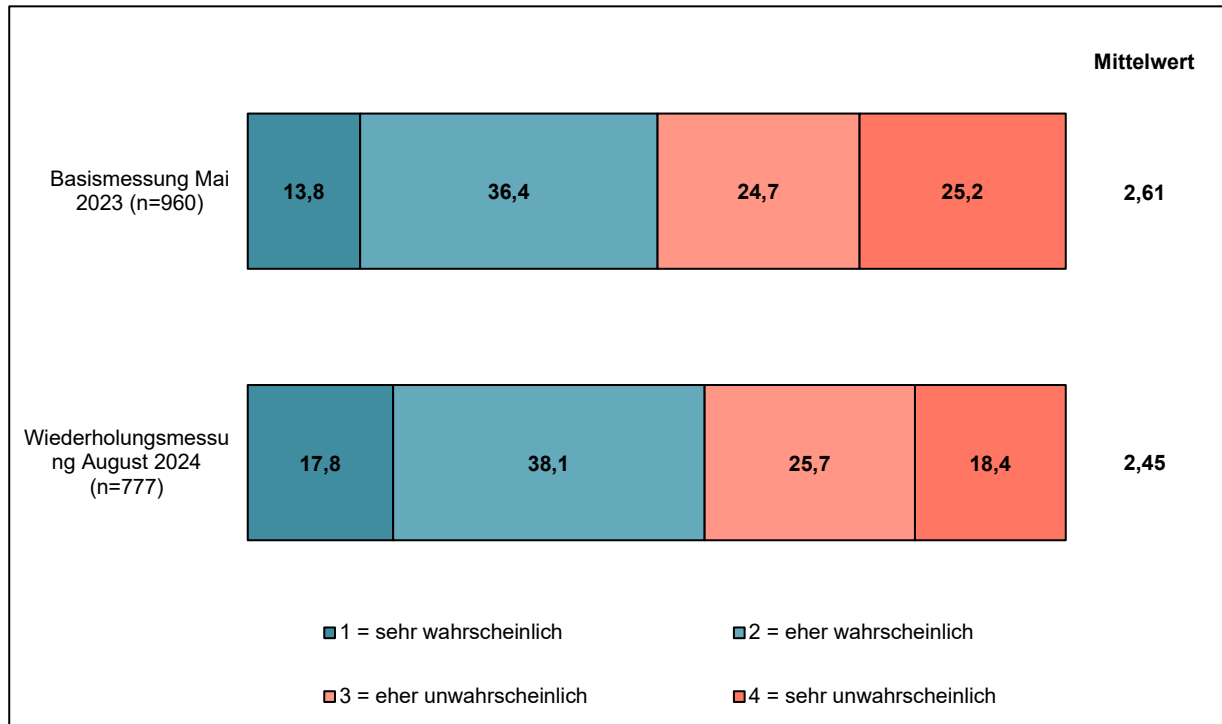
Abbildung 16 Vergangene Inanspruchnahme von Förderungen



3.13 Wahrscheinlichkeit einer thermischen Sanierung

Frage 14: „Wie wahrscheinlich planen Sie in den nächsten 2 bis 3 Jahren eine thermische Sanierungs- oder Verbesserungsmaßnahme an Ihrem Haus?“ (Angaben in %)

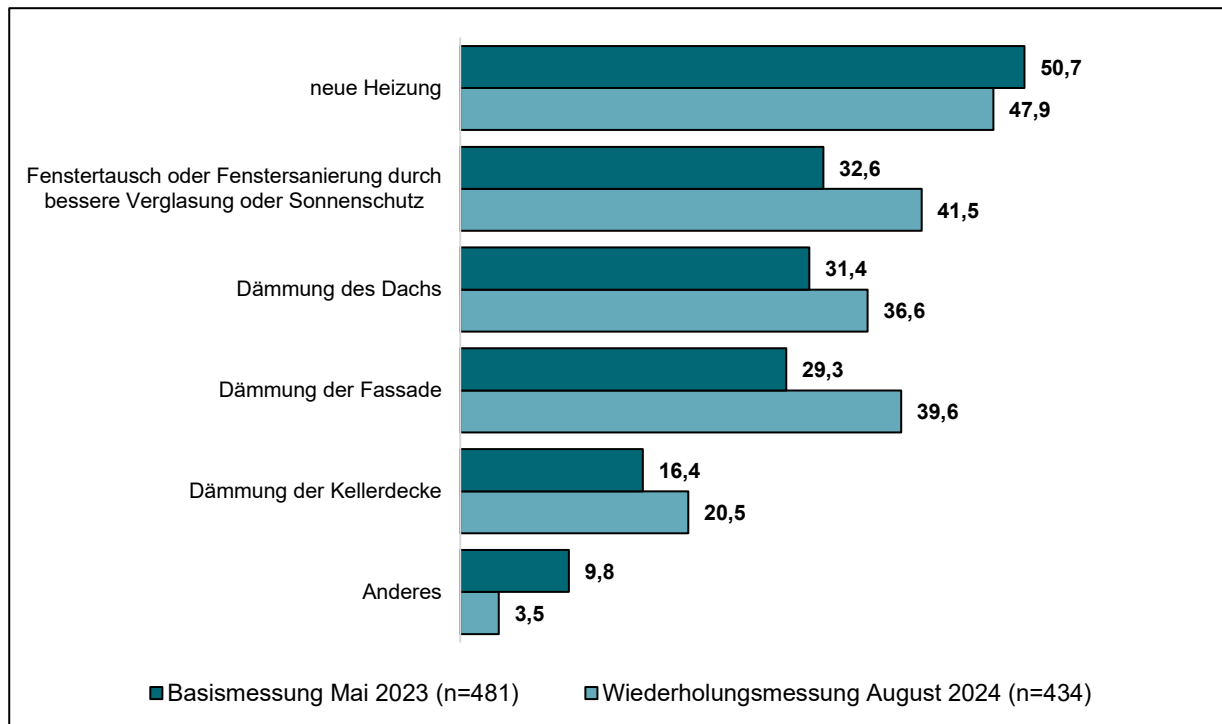
Abbildung 17 Wahrscheinlichkeit einer thermischen Sanierung



3.14 Geplante Maßnahmen

Frage 15: „Welchen thermischen Sanierungs- oder Verbesserungsmaßnahme würden Sie gerne an Ihrem Haus durchführen?“ (Angaben in %, Mehrfachnennungen, Basis: wenn Maßnahmen eher oder sehr wahrscheinlich geplant)

Abbildung 18 Geplante Maßnahmen



3.15 Informationsquellen

Frage 16: „Stellen Sie sich bitte vor, Sie wollen sich generell über verschiedene Möglichkeiten der thermischen Sanierungs- und Verbesserungsmaßnahmen für ein Haus informieren. Welchen Stellenwert haben die folgenden Medien und Informationsquellen für Sie, um sich über dieses Thema zu informieren?“ (Angaben in %)

Abbildung 19 Informationsquellen (Wiederholungsmessung)

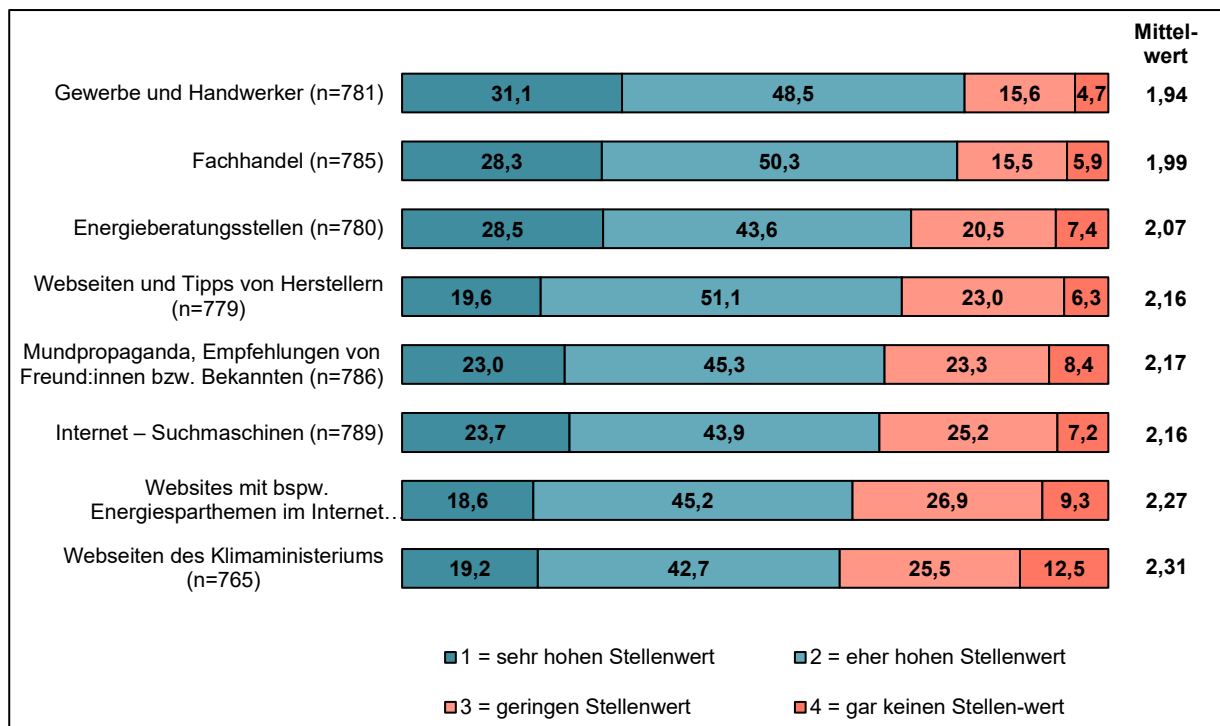


Abbildung 20 Informationsquellen (Wiederholungsmessung)

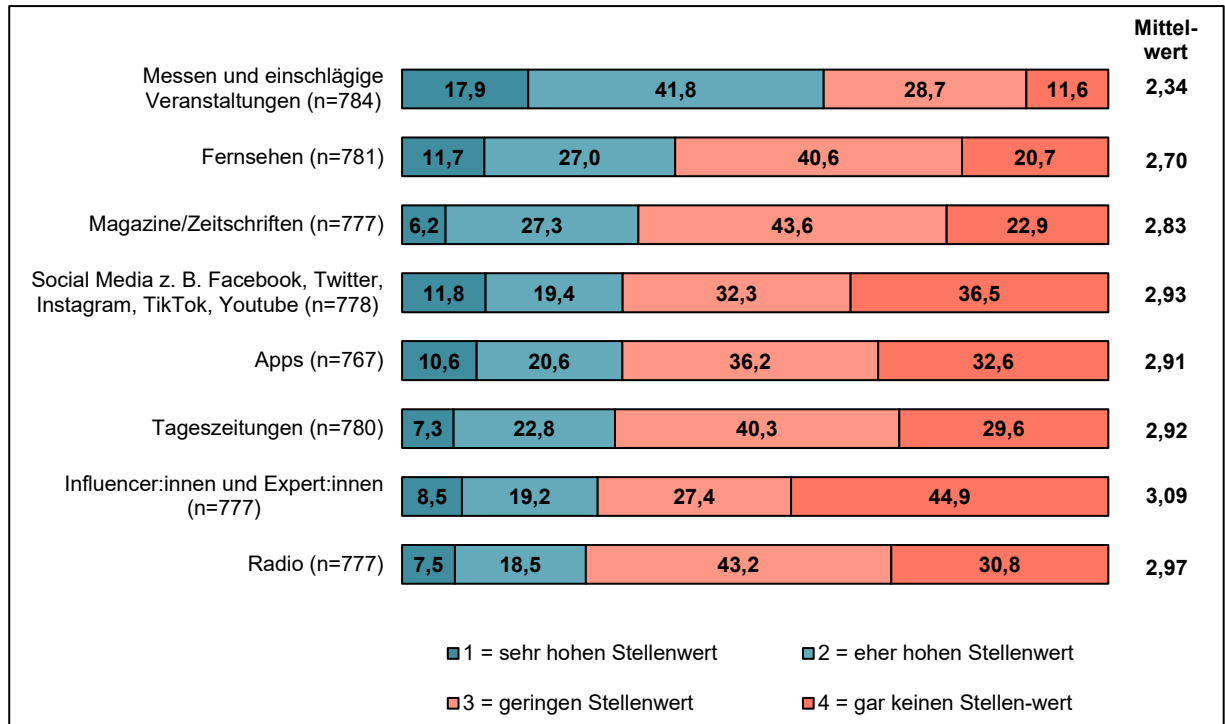
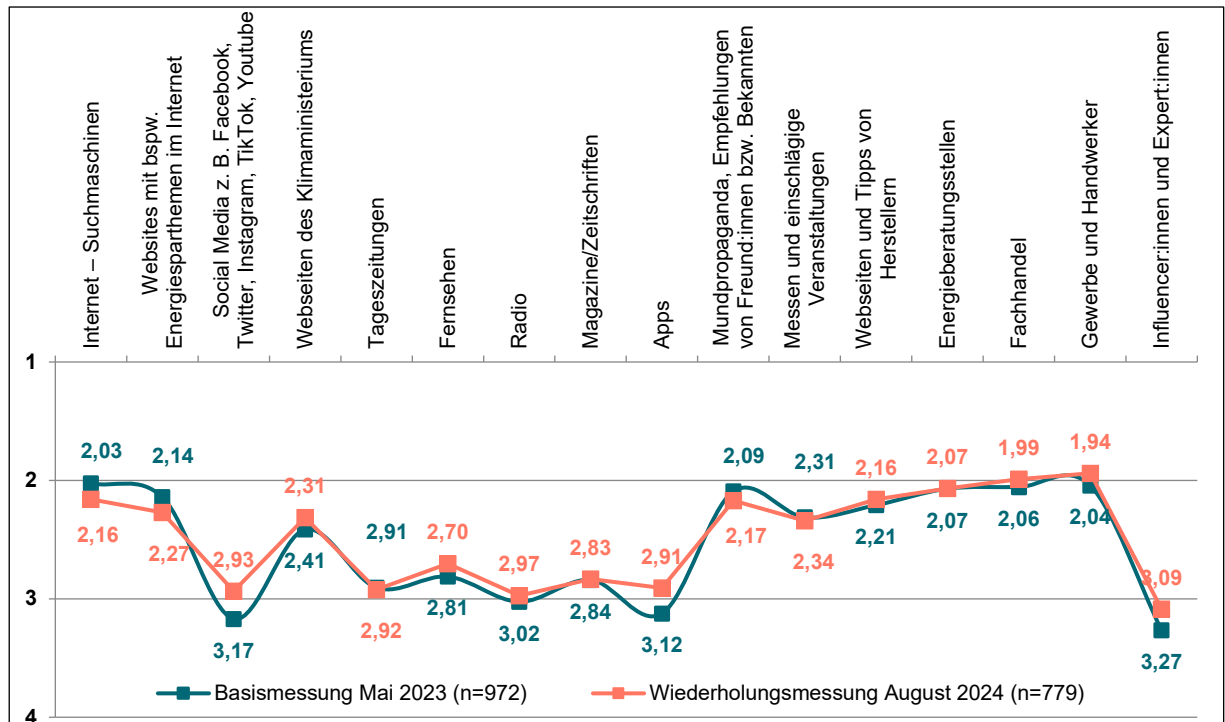


Abbildung 21 Vergleich zwischen den beiden Erhebungen



3.16 Wahrnehmung des Themas

Frage 17: „Können Sie sich erinnern, in den letzten Monaten etwas über das Thema „Förderungen für Sanierungen“ – eine Kampagne, Werbung für ein Produkt, Tipps und anderes - in den Medien gesehen, gehört oder gelesen zu haben“ (Angaben in %)

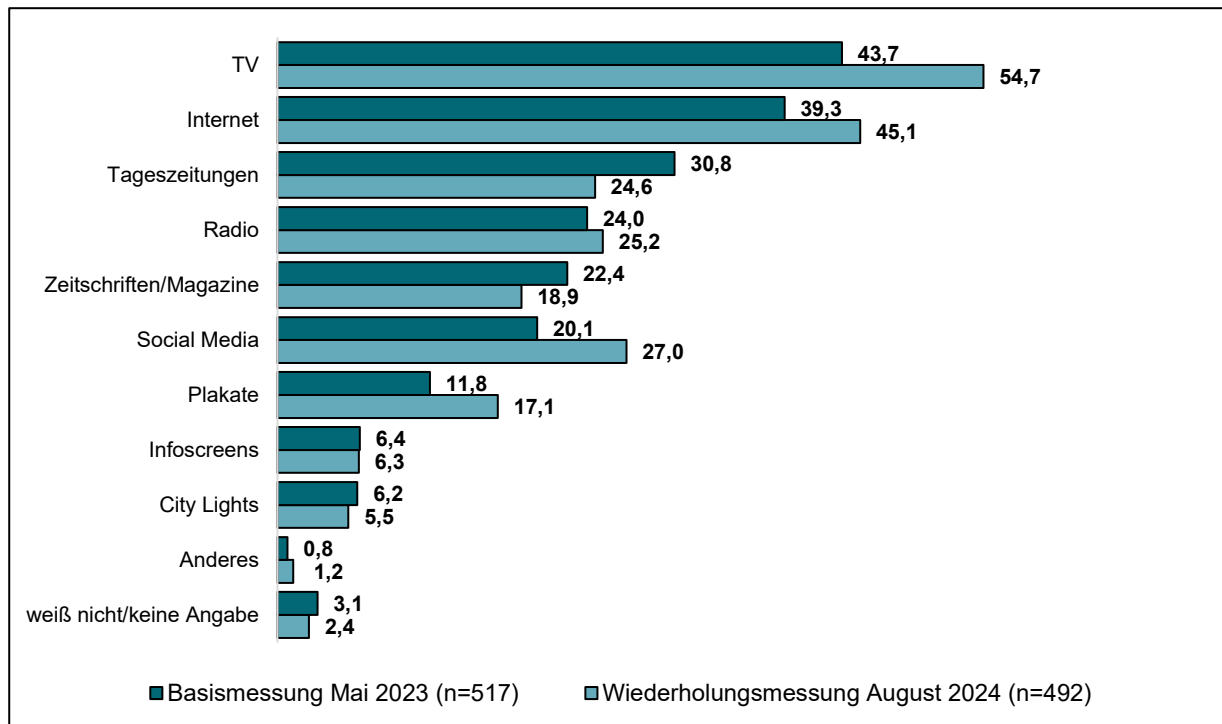
Abbildung 22 Wahrnehmung des Themas



3.17 Informationskanäle zum Thema „Sanierungsförderung“

Frage 18: „Und wo oder in welchen Medien haben Sie etwas über das Thema „Sanierungsförderung“ gehört/gesehen/gelesen?“ (Angaben in %, Mehrfachnennungen, Basis: wenn etwas zum Thema “Sanierungsförderung” wahrgenommen wurde)

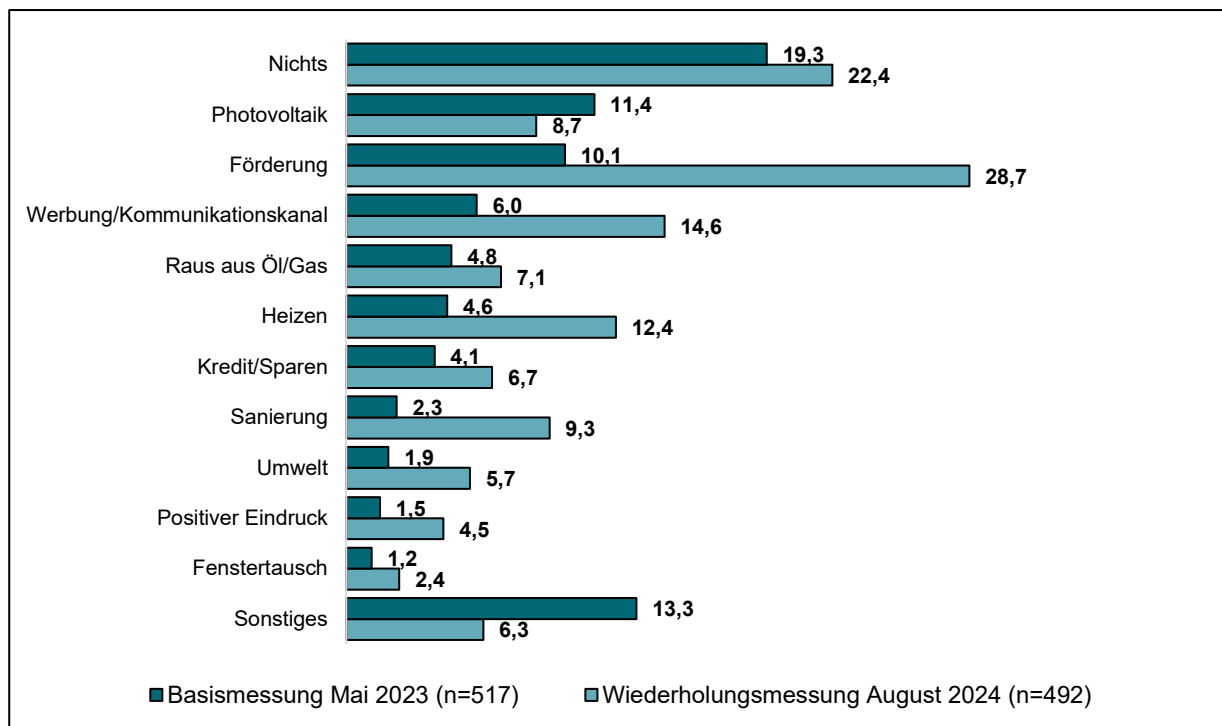
Abbildung 23 Informationskanäle zum Thema „Sanierungsförderung“



3.18 Erinnerung an Informationen und Inhalte

Frage 19: „Bitte versuchen Sie sich zu erinnern, was Sie zum Thema „Förderungen“ gesehen, gehört oder gelesen haben? Können Sie sich an die Botschaft, Tipps oder den Inhalt der Werbung/Information erinnern?“ (Angaben in %, offene Frage, Basis: wenn etwas zum Thema “Sanierungsförderung” wahrgenommen wurde)

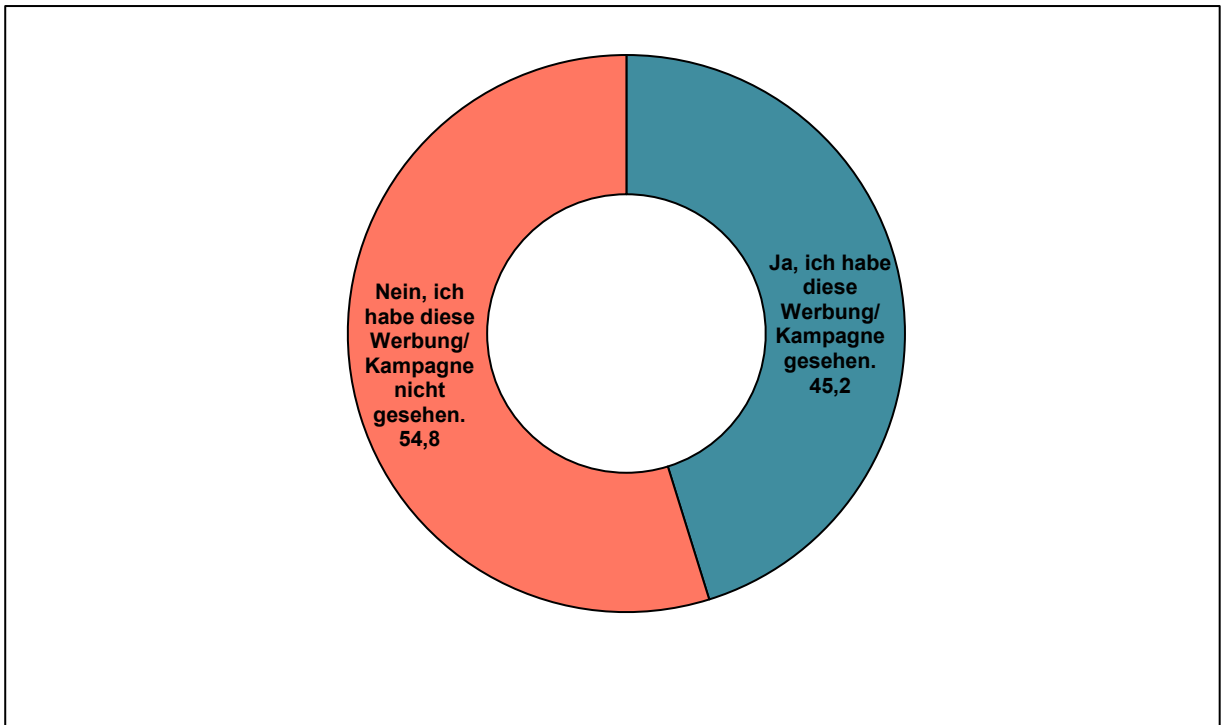
Abbildung 24 Erinnerungen an Informationen und Inhalte



3.19 Bekanntheit aktueller Förderkampagnen

Frage 20: „Bitte sehen Sie sich das folgende Bild genauer an. Haben Sie diese Werbung/Kampagne in der Vergangenheit gesehen/gehört? Es geht um die Möglichkeit, mit einem Sanierungsbonus der österreichischen Bundesregierung das eigene Ein-/Zweifamilienhaus zu verbessern?“ (Angaben in %, n = 770)

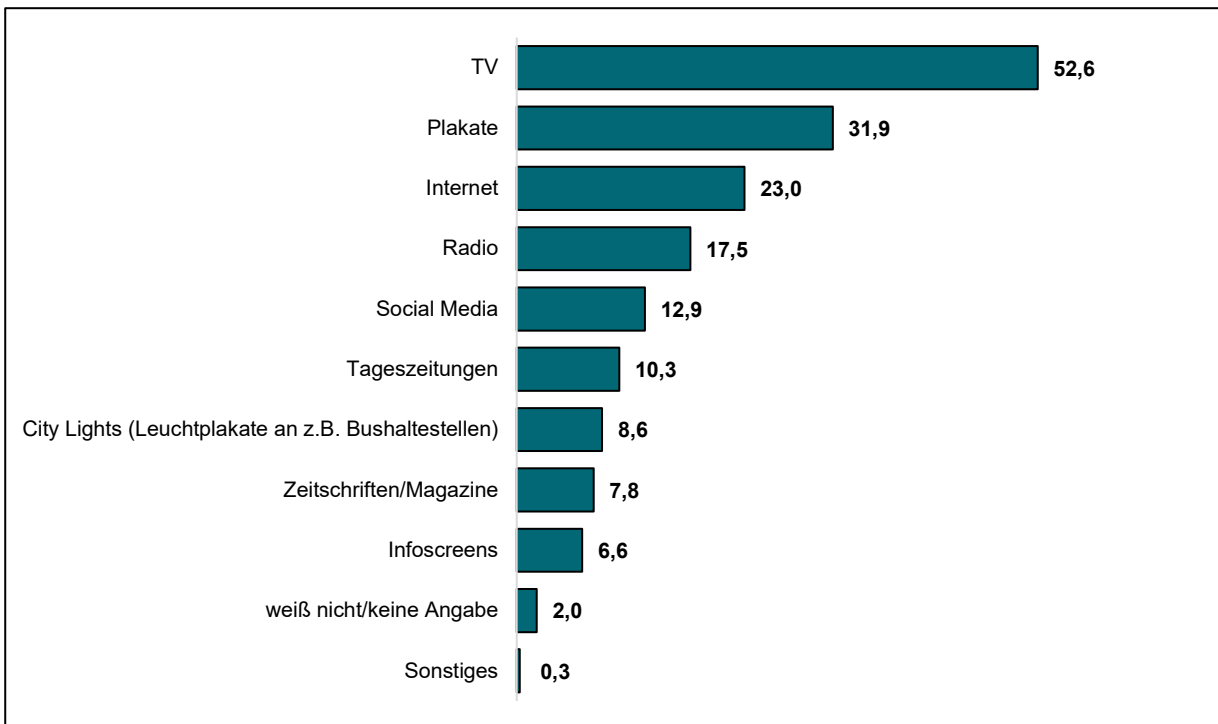
Abbildung 25 Bekanntheit der Kampagne „Österreich ist nicht ganz dicht“



3.20 Informationskanäle

Frage 21: „Und wo oder in welchen Medien haben Sie diese Werbung/Kampagne wahrgenommen?“ (Angaben in %, Mehrfachnennungen, Basis: wenn Kampagne wahrgenommen wurde, n = 348)

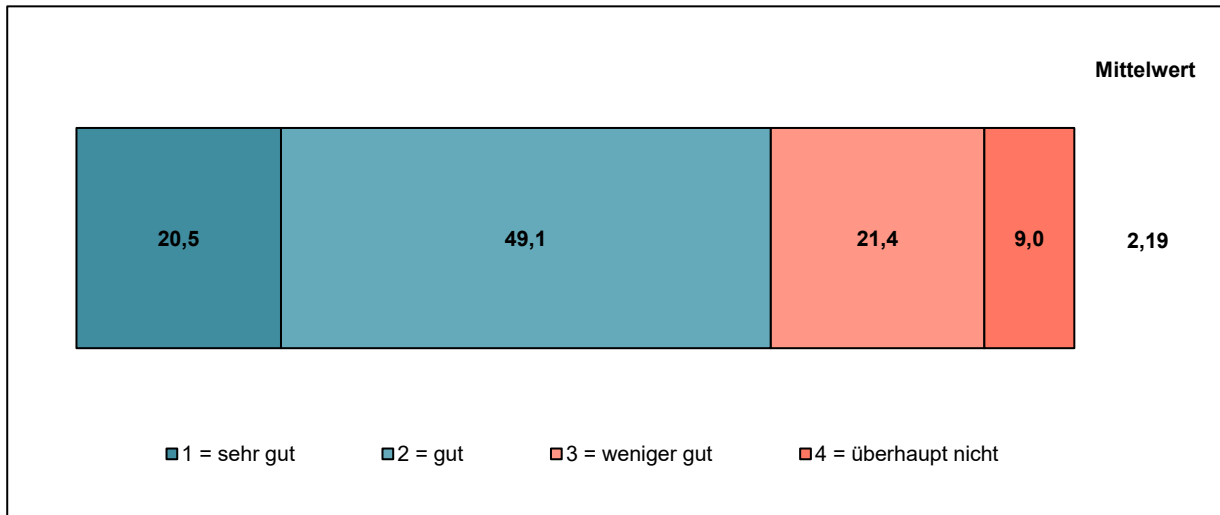
Abbildung 26 Informationskanäle



3.21 Bewertung der Kampagne

Frage 22: „Nachdem Sie das Sujet nun gesehen haben: wie gut gefällt Ihnen die Kampagne insgesamt?“ (Angaben in %, n = 786)

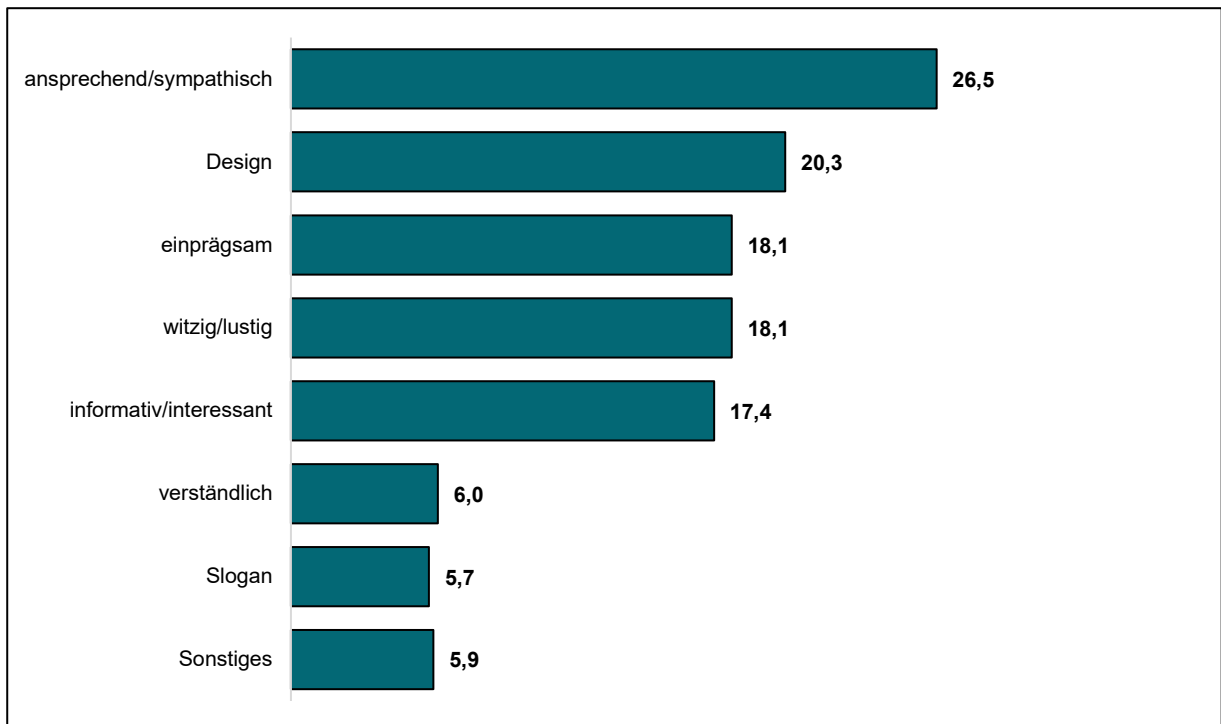
Abbildung 27 Bewertung der Kampagne



3.22 Gründe für Bewertung

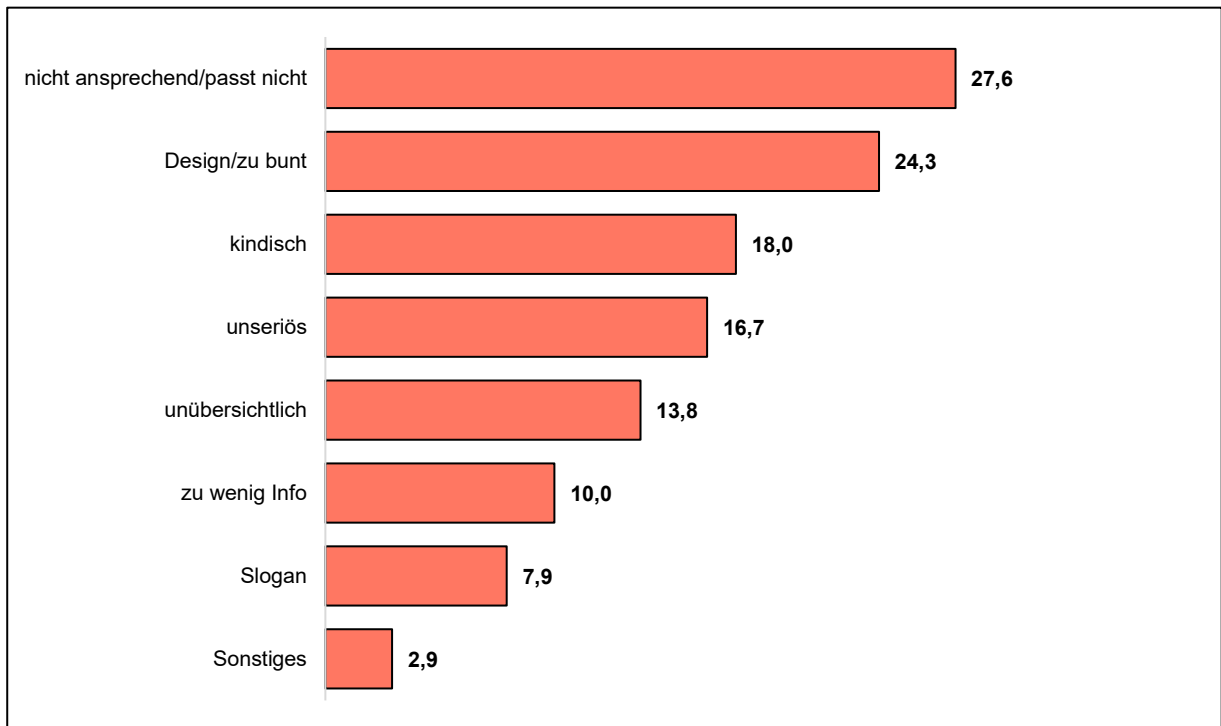
Frage 23: „Ihnen gefällt die Kampagne insgesamt gut bzw. sehr gut: Warum ist das so, aus welchen Gründen?“ (Angaben in %, Mehrfachnennungen, Basis: wenn Kampagne gut oder sehr gut bewertet wird, n = 547)

Abbildung 28 Gründe für positive Bewertung



Frage 24: „Ihnen gefällt die Kampagne insgesamt weniger gut bzw. überhaupt nicht: Warum ist das so, aus welchen Gründen?“ (Angaben in %, Mehrfachnennungen, Basis: wenn Kampagne weniger oder gar nicht gut bewertet wird, n = 239)

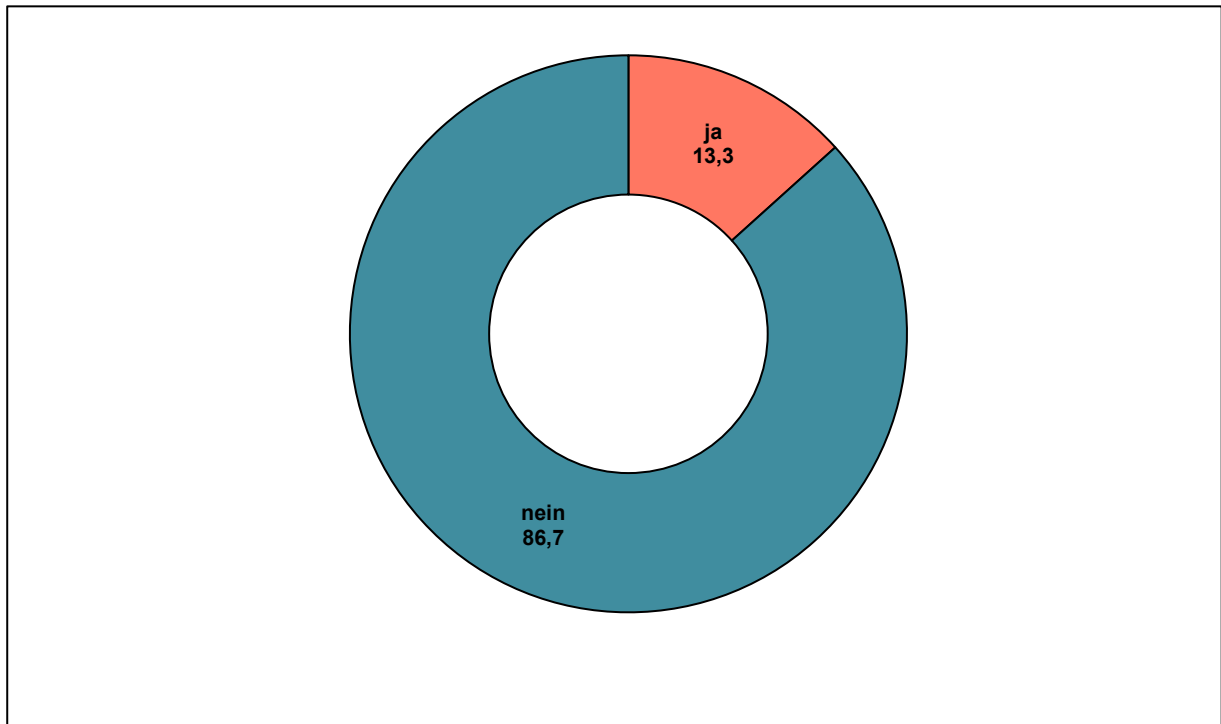
Abbildung 29 Gründe für negative Bewertung



3.23 Inanspruchnahme der Förderung

Frage 25: „Haben Sie diese Förderung bereits in Anspruch genommen?“ (Angaben in %, n = 773)

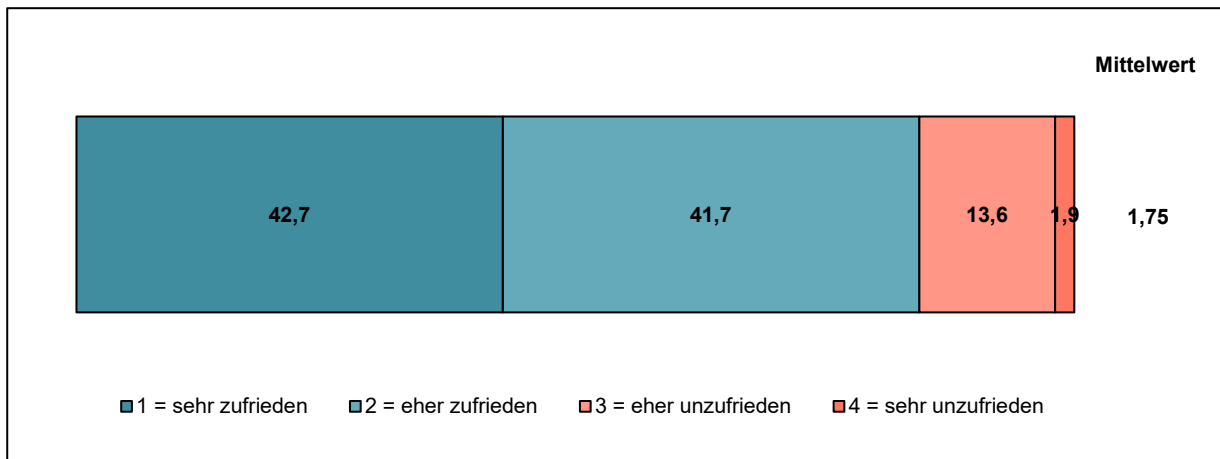
Abbildung 30 Inanspruchnahme der Förderung



3.24 Zufriedenheit mit der Abwicklung

Frage 26: „Wie zufrieden waren Sie mit der Inanspruchnahme und Abwicklung der Förderung(en)?“ (Angaben in %, Basis: wenn Förderung bereits in Anspruch genommen wurde, n = 103)

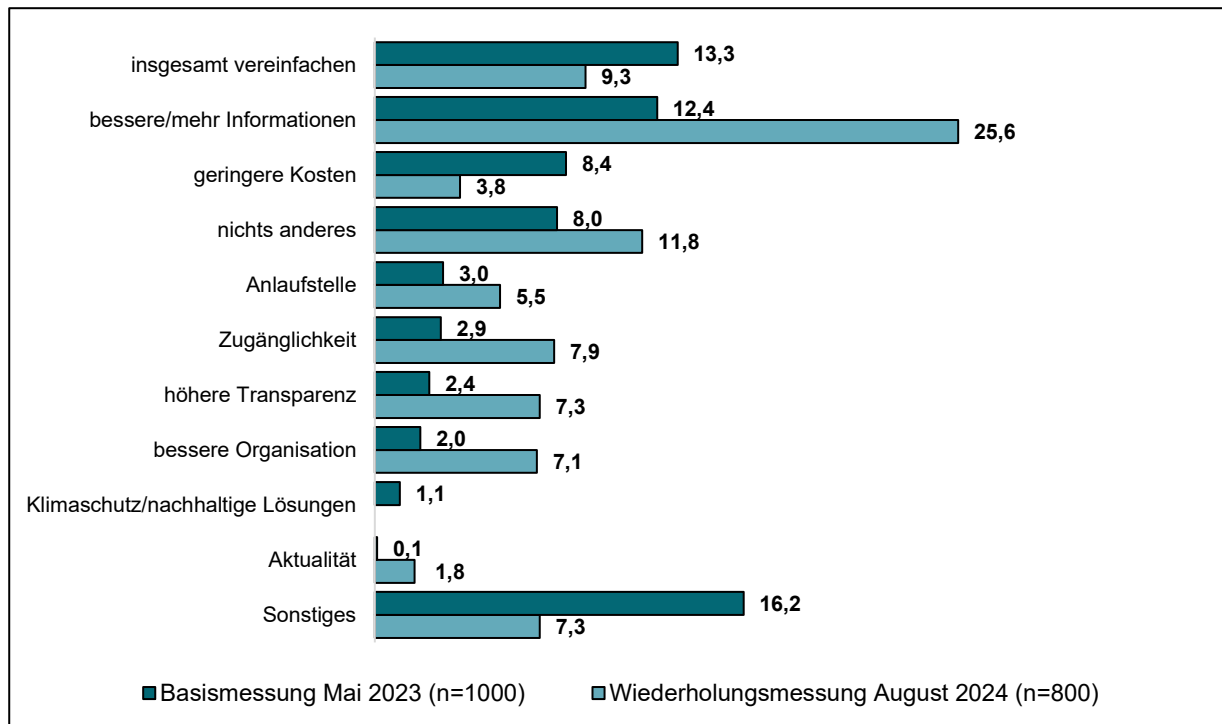
Abbildung 31 Zufriedenheit mit der Abwicklung



3.25 Zukünftige Wünsche

Frage 27: „Was wünschen Sie sich ganz konkret noch in Zukunft hinsichtlich der Informationen bezüglich thermischer Sanierungsmöglichkeiten und damit verbundenen Förderungen?“ (Angaben in %, offene Frage)

Abbildung 32 Zukünftige Wünsche



4 Zusammenfassung

In diesem Kapitel werden die Ergebnisse der Studie zusammengefasst.

- Der überwiegende Anteil der Befragten besitzt ein Einfamilienhaus (83 %).
- Der aktuelle Zustand der jeweiligen Immobilien wird über beide Erhebungswellen hinweg als überwiegend gut bis sehr gut bewertet.
- Sanierungs- oder Verbesserungsmaßnahmen wurden bereits von drei Viertel der Befragten angedacht (77 %). Als Hauptgründe werden dafür die Steigerung des Wohnkomforts (96 %) sowie potenzielle Kosteneinsparungen (95 %) genannt, wobei die Kosteneinsparungen für 41 % der wichtigste Grund sind.
- Die Mehrheit plant Sanierungs- bzw. Verbesserungsmaßnahmen innerhalb der nächsten 5 Jahre (91 %).
- Hinderungsgründe sehen die Befragten weiterhin in der Komplexität von Sanierungsmaßnahmen und in der finanziellen Situation. Auch hier zeigt sich, dass es im Vergleich zur ersten Messung nur geringe Veränderungen hinsichtlich der wahrgenommenen Hindernisse gibt.
- Der eigene Wissensstand zum Thema „Thermische Sanierung“ wird von den Österreicher:innen 79 % als mittel bis sehr gut eingeschätzt. Damit ist der Wert im Vergleich zur Basismessung etwas gesunken (81 %).
- Mehr Informationen wünschen sich die Teilnehmer:innen weiterhin zu PV-Anlagen (34 %), zu Energiesparmaßnahmen allgemein (33 %) und zu neuen klimafreundlichen Heizungen (31 %).
- Das Interesse an Förderungen ist im Jahr 2024 ähnlich hoch wie während der Basismessung 2023: 75% können sich vorstellen für Sanierungs- oder Verbesserungsmaßnahmen eine Förderung in Anspruch zu nehmen. Jene, die es sich eher bis gar nicht vorstellen können, begründen dies vorrangig mit fehlendem Bedarf (53 %).
- Der eigene Informationsstand zu Fördermöglichkeiten ist im Vergleich zur Basismessung gestiegen (Basismessung: 38 %, Wiederholungsmessung: 46 %).
- 41 % haben in der Vergangenheit bereits eine Förderung für Sanierungsmaßnahmen an ihrem Haus in Anspruch genommen.
- Die Wahrscheinlichkeit, in den nächsten 2 – 3 Jahren eine thermische Sanierungsmaßnahme durchzuführen, ist im Vergleich zur Basismessung ebenfalls

gestiegen (Basismessung: 50 %, Wiederholungsmessung: 56 %). Am ehesten können sich die Befragten dabei einen Heizungstausch (48 %) oder einen Fenstertausch (41 %) vorstellen.

- Das Gewerbe bzw. Handwerker:innen sowie der Fachhandel stellen die wichtigsten Informationsquellen für Informationen zu thermischen Sanierungsmaßnahmen dar. Die Website des Klimaministeriums ist für die Befragten mit 61 % eher von mittlerer Bedeutung. Im Vergleich zur ersten Messung haben dabei Social Media und Apps an Bedeutung gewonnen.
- Etwa zwei Drittel berichten, dass sie in den letzten Monaten etwas zum Thema „Förderungen für Sanierungen“ wahrgenommen haben (64 %). Damit liegt dieser Wert deutlich über jenem zu Beginn der Kampagne (54 %).
- Am häufigsten haben die Teilnehmer:innen etwas im Fernsehen oder im Internet wahrgenommen. 29 % erinnern sich an Förderungen allgemein und 22 % geben an, sich nicht im Detail zu erinnern.
- Nach Vorlage des Sujets geben 45 % an, die vorliegende Kampagne gesehen zu haben. Mehr als die Hälfte nahm „Österreich ist nicht ganz dicht!“ im TV wahr (53 %) und 32 % können sich an Plakate erinnern.
- Die Kampagne stößt auf überwiegend positives Feedback (69 %). Jene, die Gefallen an der Kampagne gefunden haben, begründen dies mit der sympathischen und ansprechenden Gestaltung, 20 % gefällt das Design an sich und jeweils 18 % bewerten die Kampagne als lustig und einprägsam. Kritiker:innen fanden die Kampagne nicht ansprechend (28 %) oder zu bunt (24 %).
- 13 % haben die Förderung zur thermischen Sanierung bereits in Anspruch genommen und zeigten sich hinsichtlich der Abwicklung überwiegend zufrieden (85 %).
- Insgesamt wünschen sich die Befragten in Zukunft noch mehr und bessere Informationen zu den Fördermöglichkeiten für die thermische Sanierung (28 %).

5 Statistische Analyse

In diesem Abschnitt werden die Ergebnisse der statistischen Analyse beschrieben.

5.1 Sanierungsbedarf

- Personen mit einem höheren Haushaltsnettoeinkommen bewerten den aktuellen Zustand ihres Hauses besser.
- Für Frauen ist die Steigerung des Wohnkomforts bezüglich der Temperaturen im Sommer beziehungsweise im Winter ein wichtigerer Grund für Sanierungsmaßnahmen als für Männer.
- Gerade für Personen unter 30 sind Störungen durch Sanierungsmaßnahmen sowie der technische und rechtliche Aufwand Barrieren beziehungsweise Hindernisse. Für einkommensschwächere Haushalte stehen finanzielle Aspekte stärker im Vordergrund.

5.2 Sanierungswissen und Interesse

- Männer schätzen ihr Wissen zum Thema „Thermische Sanierungen und Verbesserungsmaßnahmen“ höher ein als Frauen.
- Für jüngere Personen haben vor allem Suchmaschinen im Internet, Social Media, das Fernsehen, Apps sowie Influencer:innen und Expert:innen einen höheren Stellenwert, wenn es um die Beschaffung von Informationen zu Sanierungs- und Verbesserungsmaßnahmen geht. Bei älteren Gruppen spielt der Fachhandel eine wichtigere Rolle.
- Bei Männern haben der Fachhandel, Magazine/Zeitschriften, Messen, das Radio, Tageszeitungen sowie Websites von Herstellern einen höheren Stellenwert.

5.3 Erhebungsvergleich

- Die Steigerung des Wohnkomforts hinsichtlich der Temperaturen im Sommer und Winter ist im Vergleich zur Basismessung ein wichtigerer Grund für Sanierungsmaßnahmen.
- Zwar ist das Fehlen von Informationen im Vergleich eine größere Barriere als noch bei der Basismessung, im Zuge der Wiederholungsmessung gaben aber dennoch signifikant mehr Personen an, sich gut über die Fördermöglichkeiten zum Thema „Thermische Sanierung“ informiert zu fühlen.
- Auch die Wahrscheinlichkeit, dass die Befragten in den nächsten 2 – 3 Jahren thermische Sanierungs- oder Verbesserungsmaßnahmen durchführen, ist im Vergleich höher.
- Apps, das Gewerbe und Handwerker:innen, Influencer:innen und Expert:innen und Social Media haben für die Befragten in der Wiederholungsmessung einen höheren Stellenwert als noch im vergangenen Jahr. Gleichzeitig hat die Bedeutung des Internets, im Speziellen von Suchmaschinen sowie von Websites mit Energiesparthemen, abgenommen.

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1 Eckdaten der Befragung.....	5
Tabelle 2 Geschlecht	6
Tabelle 3 Alter	6
Tabelle 4 Bundesland	7
Tabelle 5 Höchste abgeschlossene Schulbildung.....	7
Tabelle 6 Beruf	8
Tabelle 7 Monatliches Haushalts-Nettoeinkommen.....	8

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 Besitzverhältnisse	9
Abbildung 2 Gesamtzustand des Hauses	10
Abbildung 3 Sanierungs- oder Verbesserungsmaßnahmen.....	11
Abbildung 4 Wichtigkeit von Sanierungszielen (Wiederholungsmessung).....	12
Abbildung 5 Vergleich der beiden Erhebungen	13
Abbildung 6 Hauptgrund für Maßnahmen.....	14
Abbildung 7 Zeitraum für Maßnahmen.....	15
Abbildung 8 Widerstände gegen Sanierungs- und Verbesserungsmaßnahmen (Wiederholungsmessung)	16
Abbildung 9 Widerstände gegen Sanierungs- und Verbesserungsmaßnahmen (Wiederholungsmessung)	17
Abbildung 10 Vergleich zwischen den Erhebungen	18
Abbildung 11 Wissen zur thermischen Sanierung	19
Abbildung 12 Informationsbedarf	20
Abbildung 13 Interesse an Förderungen	21
Abbildung 14 Gründe für fehlendes Interesse	22
Abbildung 15 Informationsstand zu Fördermöglichkeiten	23
Abbildung 16 Vergangene Inanspruchnahme von Förderungen	24
Abbildung 17 Wahrscheinlichkeit einer thermischen Sanierung.....	25
Abbildung 18 Geplante Maßnahmen	26
Abbildung 19 Informationsquellen (Wiederholungsmessung)	27
Abbildung 20 Informationsquellen (Wiederholungsmessung)	28
Abbildung 21 Vergleich zwischen den beiden Erhebungen	28
Abbildung 22 Wahrnehmung des Themas	29
Abbildung 23 Informationskanäle zum Thema „Sanierungsförderung“	30
Abbildung 24 Erinnerungen an Informationen und Inhalte.....	31
Abbildung 25 Bekanntheit der Kampagne „Österreich ist nicht ganz dicht“	32
Abbildung 26 Informationskanäle	33
Abbildung 27 Bewertung der Kampagne	34
Abbildung 28 Gründe für positive Bewertung	35
Abbildung 29 Gründe für negative Bewertung	36
Abbildung 30 Inanspruchnahme der Förderung	37
Abbildung 31 Zufriedenheit mit der Abwicklung	38
Abbildung 32 Zukünftige Wünsche	39

**Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität,
Innovation und Technologie**

Radetzkystraße 2, 1030 Wien

+43 (0) 800 21 53 59

servicebuero@bmk.gv.at

bmk.gv.at