

Die Einstellung der österreichischen Hausbesitzer:innen zum Heizungstausch/Kesseltausch

UND WIRKUNGSANALYSE DER KAMPAGNE WELLE 2

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: 8. August 2024

Inhalt

1 Untersuchungsdesign	5
2 Statistische Merkmale der Stichprobe	6
3 Fragestellungen und Ergebnisse.....	9
3.1 Aktueller Zustand der Immobilien.....	9
3.2 Heizungsarten.....	10
3.3 Erneuerbare Energieformen.....	12
3.4 Alter des bestehenden Heizsystems	13
3.5 Heizkosten	14
3.6 Zufriedenheit mit aktuellem Heizsystem	16
3.7 Gründe für Unzufriedenheit.....	17
3.8 Überlegungen zum Heizungstausch	18
3.9 Gründe/Ziele für Heizungstausch.....	19
3.9.1 Weitere Gründe für Heizungstausch.....	23
3.10 Zeitraum für Heizungstausch	24
3.11 Hinderungsgründe.....	25
3.12 Wissen zum Thema „Heizungstausch“	29
3.13 Alternative Heizsysteme.....	30
3.14 Informationsbedarf zum Heizungstausch/Kesseltausch	32
3.15 Bekanntheit der Förderung.....	33
3.16 Bekanntheit der Beratung	34
3.17 Interesse an Förderung	36
3.18 Gründe für Ablehnung.....	37
3.19 Informationsstand „Raus aus Öl und Gas“	38
3.20 Erhöhung/Veränderung der Förderung	39
3.21 Stellenwert verschiedener Informationsquellen	41
3.22 Erinnerung an Kampagne/Werbung (ungestützt).....	45
3.23 Medien und Werbekanäle (ungestützt).....	46
3.24 Wahrgenommene Inhalte (ungestützt).....	47
3.25 Erinnerung an Kampagne/Werbung (gestützt).....	48
3.26 Bewertung der Kampagne.....	50
3.27 Gründe für Bewertung	51
4 Zusammenfassung.....	53
5 Statistische Analyse.....	55
5.1 Bedarf zum Heizungstausch	55

5.2 Hinderungsgründe.....	55
5.3 Stellenwert verschiedener Informationsquellen	55
5.4 Wellenvergleich.....	56
Tabellenverzeichnis.....	57
Abbildungsverzeichnis.....	58

1 Untersuchungsdesign

Im Folgenden werden die Eckdaten der Befragung näher erläutert.

Tabelle 1 Eckdaten der Befragung

Studientitel	Die Einstellung der öst. Hausbesitzer:innen zum Heizungstausch/Kesseltausch und Wirkungsanalyse der Kampagne – Welle 2
Instrument	Standardisierter Fragebogen, gemeinsam mit dem Auftraggeber entwickelt. Dauer: ca. 10 Minuten
Zielgruppe	Besitzer:innen von Ein- und Zweifamilien- bzw. Reihenhäusern (Baujahr vor 2010)
Methode	CAWI - Computer Assisted Web Interviews
Sample	n = 800 Interviews
Schwankungsbreite	± 3 Prozentpunkte (bei n = 800)
Untersuchungszeitraum	Welle 1: 02. bis 07. April 2024, Welle 2: 13. bis 29. Juni 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	455	56,9%
weiblich	344	43,0%
divers	1	0,1%

Tabelle 3 Alter

Alter	Anzahl	Prozent
18 - 29 Jahre	67	8,4%
30 - 39 Jahre	42	5,3%
40 - 49 Jahre	47	5,9%
50 - 59 Jahre	284	35,5%
60 Jahre und älter	360	45%

Tabelle 4 Bundesland

Bundesland	Anzahl	Prozent
Wien	36	4,5%
Niederösterreich	237	29,6%
Burgenland	48	6,0%
Oberösterreich	121	15,1%
Steiermark	138	17,3%
Salzburg	53	6,6%
Kärnten	62	7,8%
Tirol	68	8,5%
Vorarlberg	37	4,6%
Im Ausland	0	0,0%

Tabelle 5 Höchste abgeschlossene Schulbildung

Höchste abgeschlossene Schulbildung	Anzahl	Prozent
Pflichtschule (d.h. Haupt-, Bürger-, Volksschule oder Polytechnikum)	62	7,8%
Berufs-, Fachschule, mittlere Lehranstalt	371	46,4%
Matura	190	23,8%
Abgeschlossene Hochschule, Universität, Fachhochschule	174	21,8%
Anderes	3	0,4%

Tabelle 6 Beruf

Beruf	Anzahl	Prozent
Selbstständig, freiberuflich	87	10,9%
Angestellte:r, Beamt:in	283	35,4%
Arbeiter:in	62	7,8%
Landwirt:in	5	0,6%
Lehrling	8	1,0%
Nicht berufstätig, arbeitssuchend	27	3,4%
Schüler:in, Studierende:r	14	1,8%
In Karenz	5	0,6%
In Pension	309	38,6%

Tabelle 7 Monatliches Haushalts-Nettoeinkommen

Monatliches Haushalts- Nettoeinkommen	Anzahl	Prozent
bis unter € 1.000,--	20	2,5%
€ 1.000,-- bis unter € 1.500,--	33	4,1%
€ 1.500,-- bis unter € 2.000,--	49	6,1%
€ 2.000,-- bis unter € 2.500,--	70	8,8%
€ 2.500,-- bis unter € 3.000,--	121	15,1%
€ 3.000,-- bis unter € 5.000,--	266	33,3%
€ 5.000,-- oder höher	149	18,6%
keine Angabe	92	11,5%

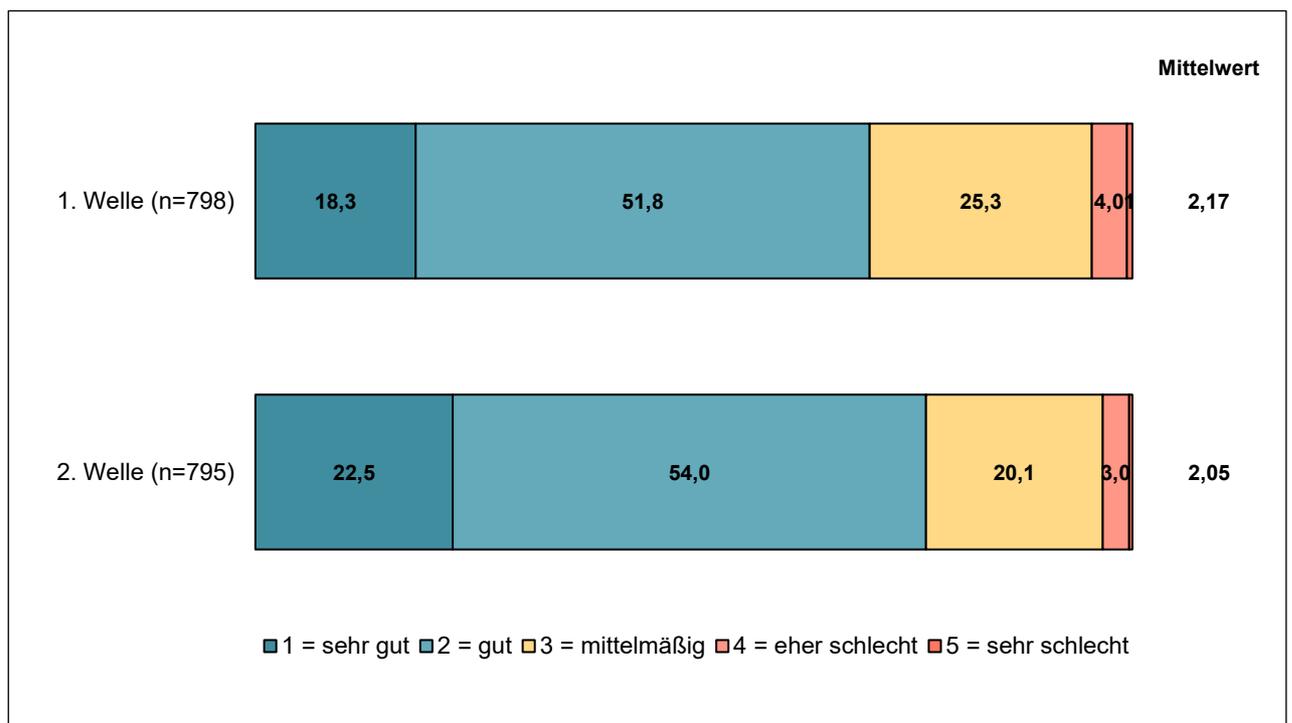
3 Fragestellungen und Ergebnisse

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

3.1 Aktueller Zustand der Immobilien

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

Abbildung 1 Gesamtzustand des Hauses



3.2 Heizungsarten

Frage 2: „Welche Art von Heizung(en) haben Sie?“ (Angaben in %, Mehrfachnennungen, n = 800 pro Welle)

Abbildung 2 Art der Heizung 1.Welle

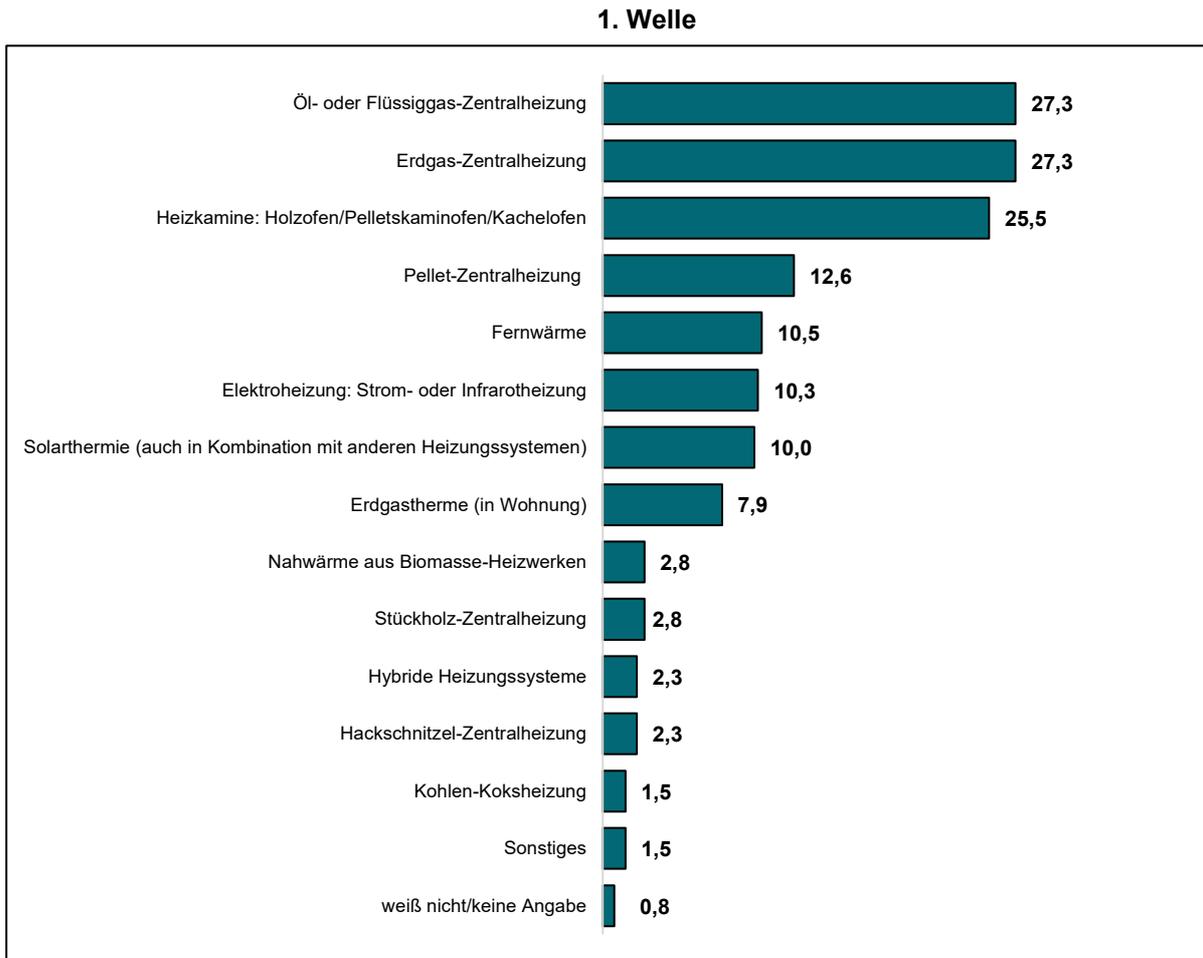
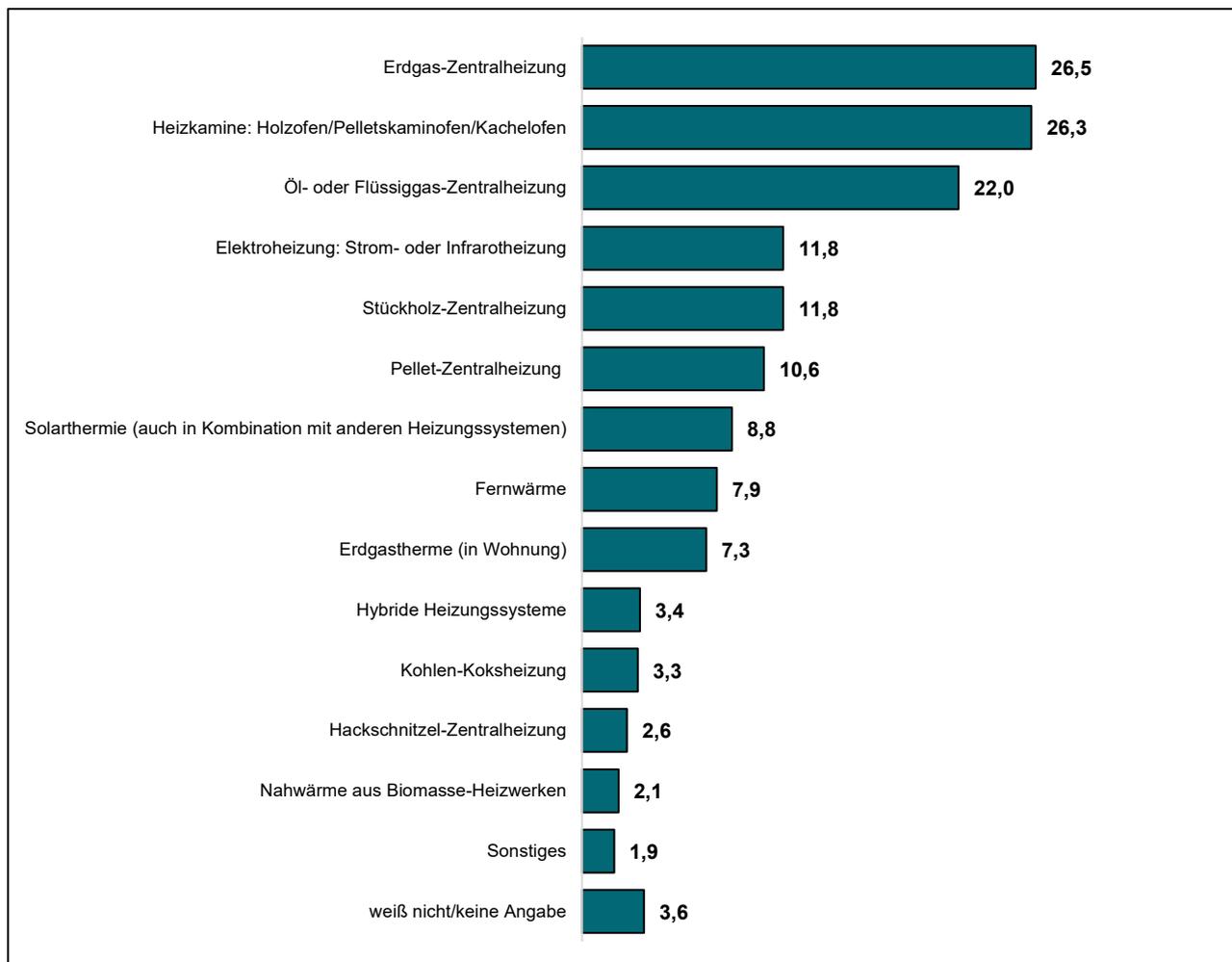


Abbildung 3 Art der Heizung 2. Welle

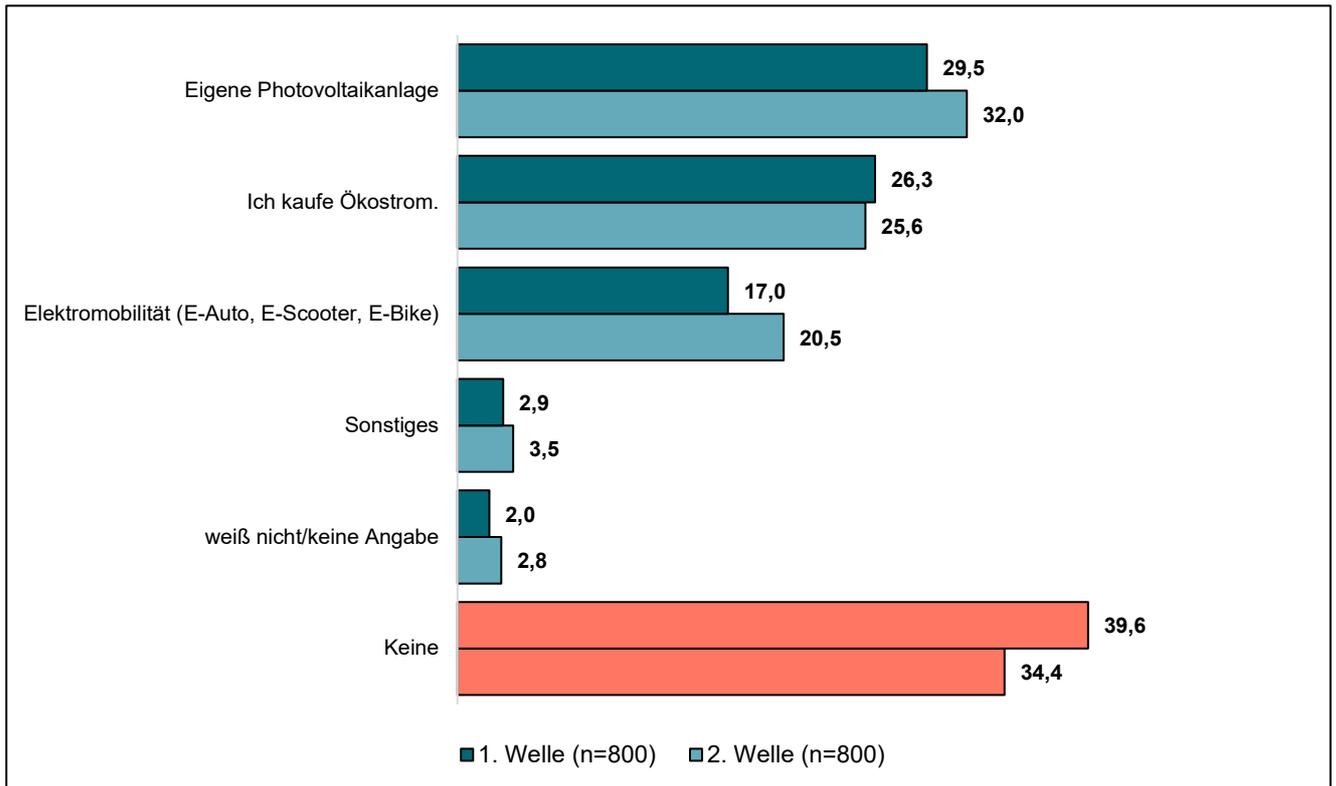
2. Welle



3.3 Erneuerbare Energieformen

Frage 3: „Welche sonstigen erneuerbaren Energieformen nutzen Sie derzeit?“ (Angaben in %)

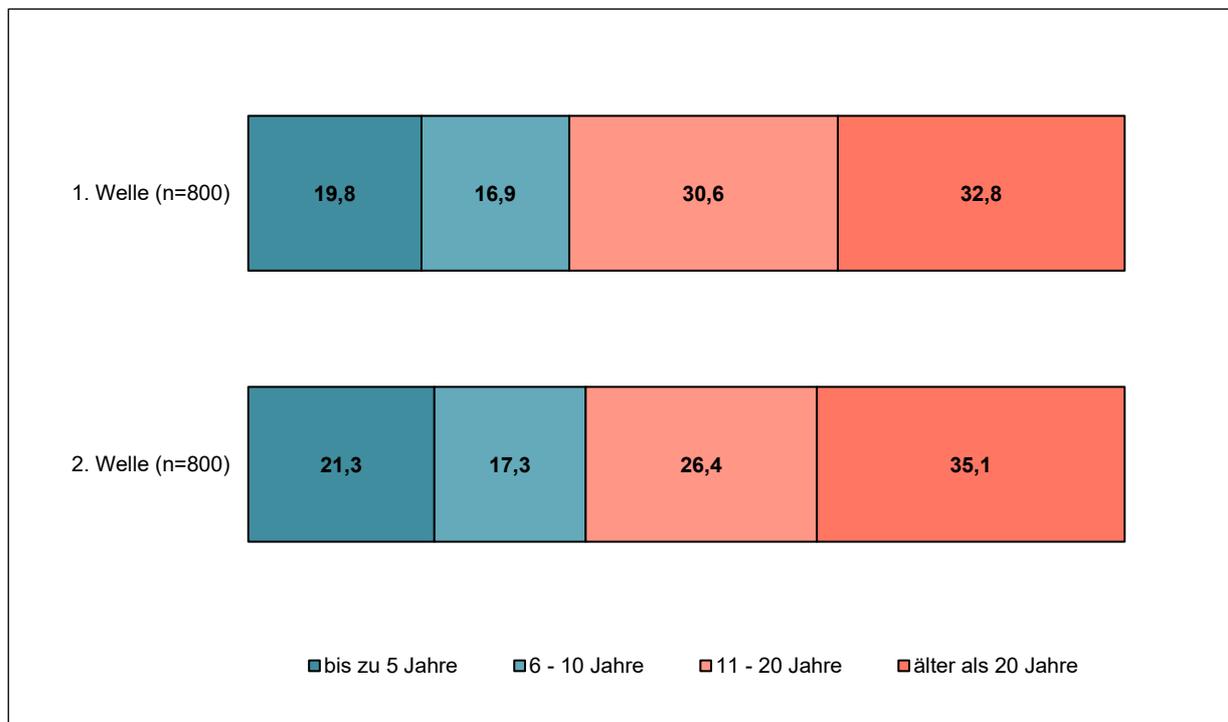
Abbildung 4 Nutzung sonstiger erneuerbarer Energieformen



3.4 Alter des bestehenden Heizsystems

Frage 4: „Wie alt ist Ihr bestehendes Heizsystem?“ (Angaben in %)

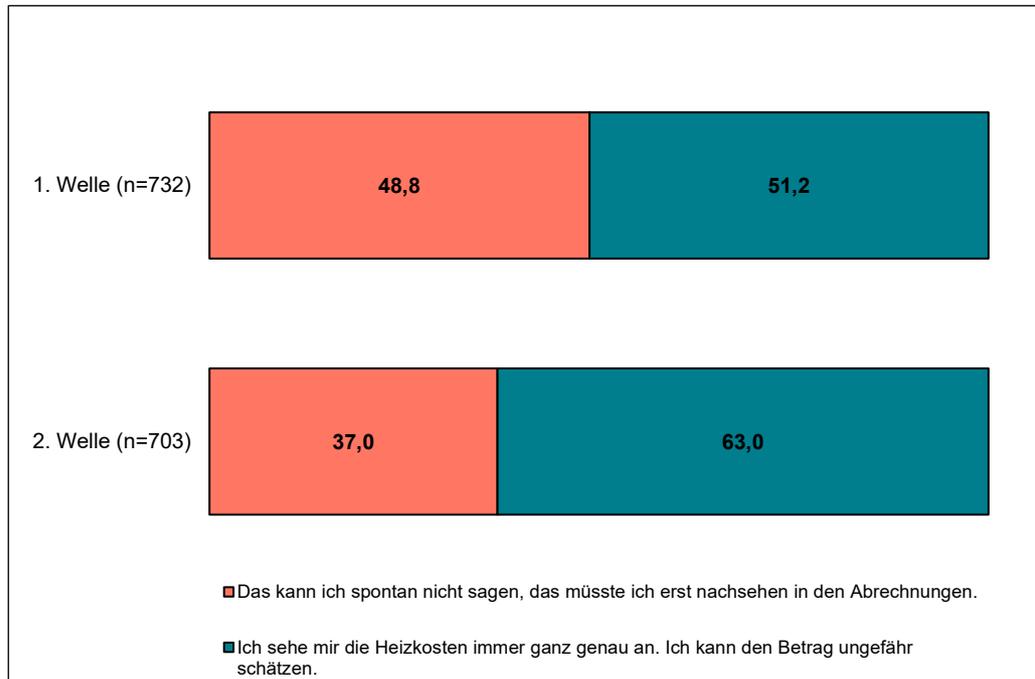
Abbildung 5 Alter des bestehenden Heizsystems



3.5 Heizkosten

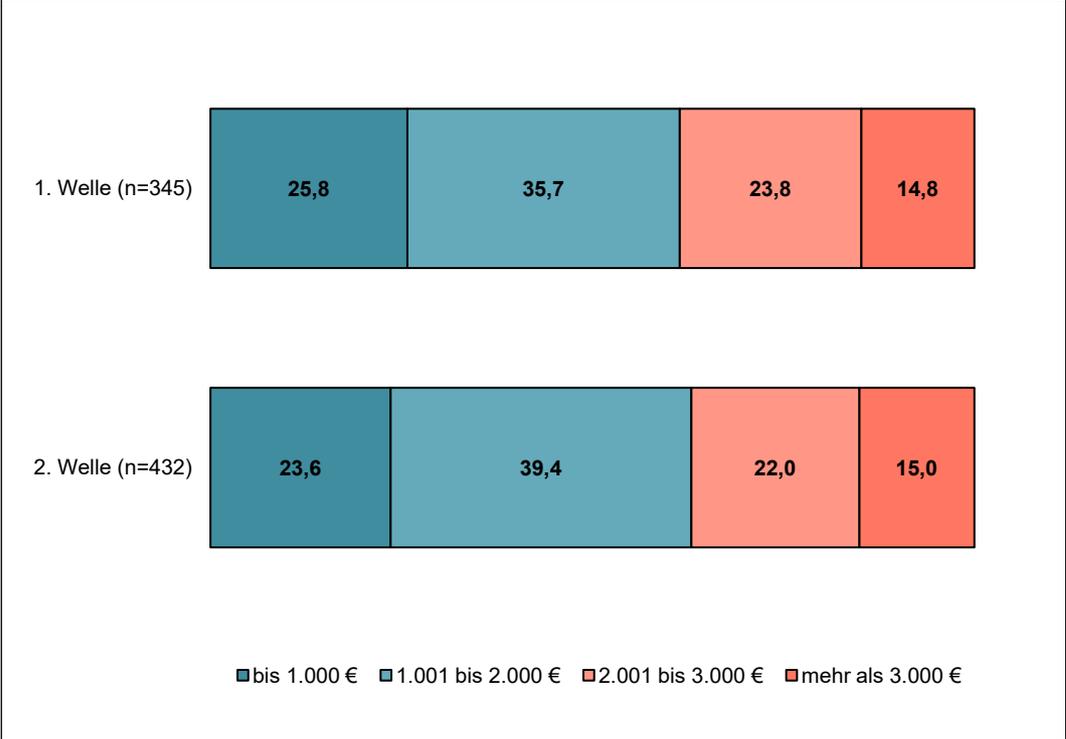
Frage 5: „Können Sie ungefähr abschätzen, wie hoch Ihre Heizkosten in Ihrem Haus für ein Jahr/ in einer Heizperiode sind?“ (Angaben in %)

Abbildung 6 Einschätzung der Heizkosten



Frage 5_1: „Wie hoch waren Ihre Heizkosten in Ihrem Haus im letzten Jahr ungefähr?“
(Angaben in %, Basis: wenn Schätzung der Heizkosten möglich ist)

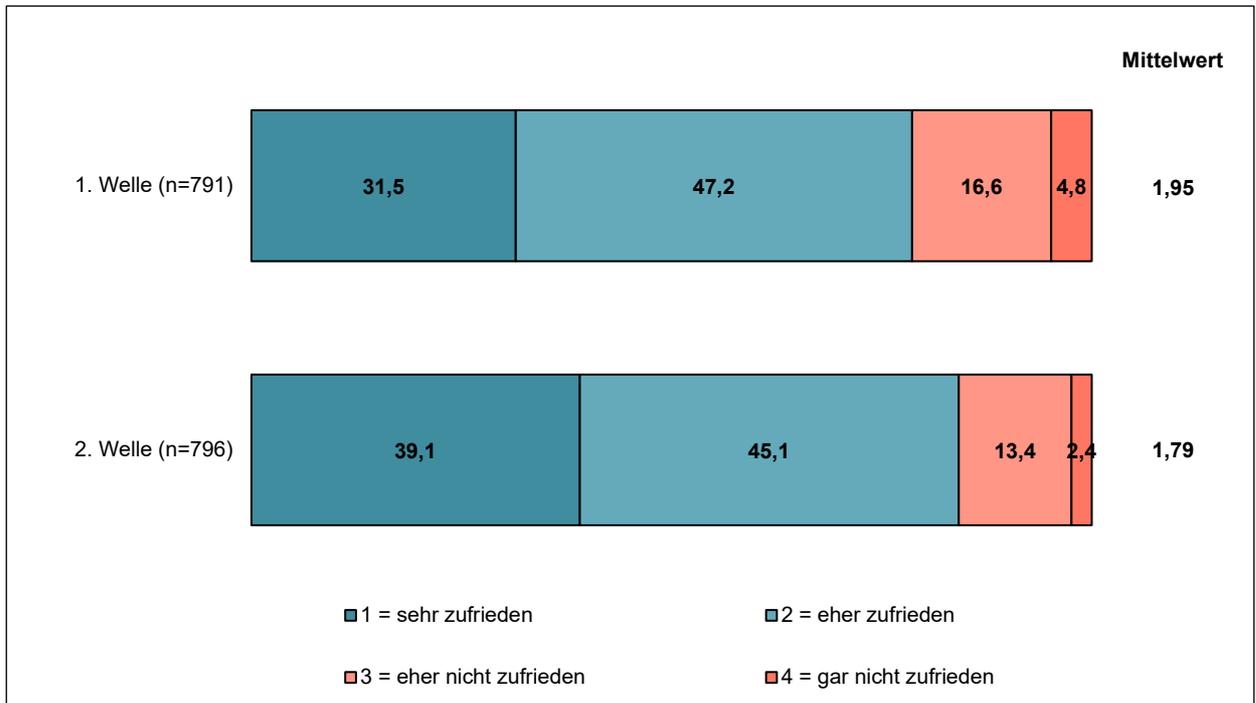
Abbildung 7 Einschätzung der Höhe der Heizkosten



3.6 Zufriedenheit mit aktuellem Heizsystem

Frage 6: „Wie zufrieden sind Sie mit Ihrem derzeitigen Heizsystem?“ (Angaben in %)

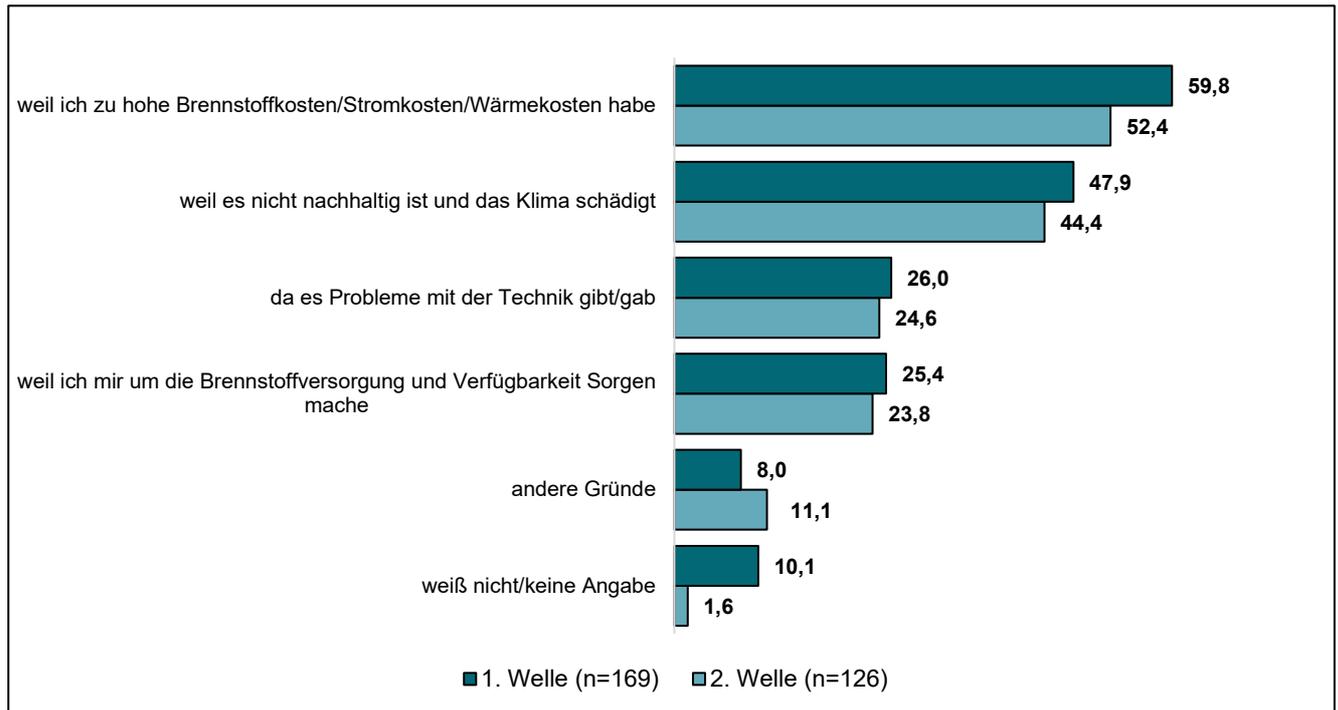
Abbildung 8 Zufriedenheit mit aktuellem Heizsystem



3.7 Gründe für Unzufriedenheit

Frage 7: „Warum sind Sie mit Ihrem derzeitigen Heizsystem nicht zufrieden?“ (Angaben in %, Mehrfachnennungen, Basis: wenn Person unzufrieden mit aktuellem Heizsystem ist)

Abbildung 9 Gründe für Unzufriedenheit



3.8 Überlegungen zum Heizungstausch

Frage 8: „Haben Sie schon einmal daran gedacht bzw. können Sie sich vorstellen, einen Heizungstausch in Ihrem Haus durchzuführen?“ (Angaben in %)

Abbildung 10 Überlegungen zum Heizungstausch



3.9 Gründe/Ziele für Heizungstausch

Frage 9: „Wie wichtig sind bzw. wären für Sie folgende Aspekte und Ziele, die im Rahmen eines Heizungstausches bei Ihrem Haus erreicht werden können?“ (Angaben in %, Basis: Personen, die sich Heizungstausch vorstellen können, Sortierung: Top-Box)

Abbildung 11 Gründe/ Ziele für Heizungstausch 1. Welle

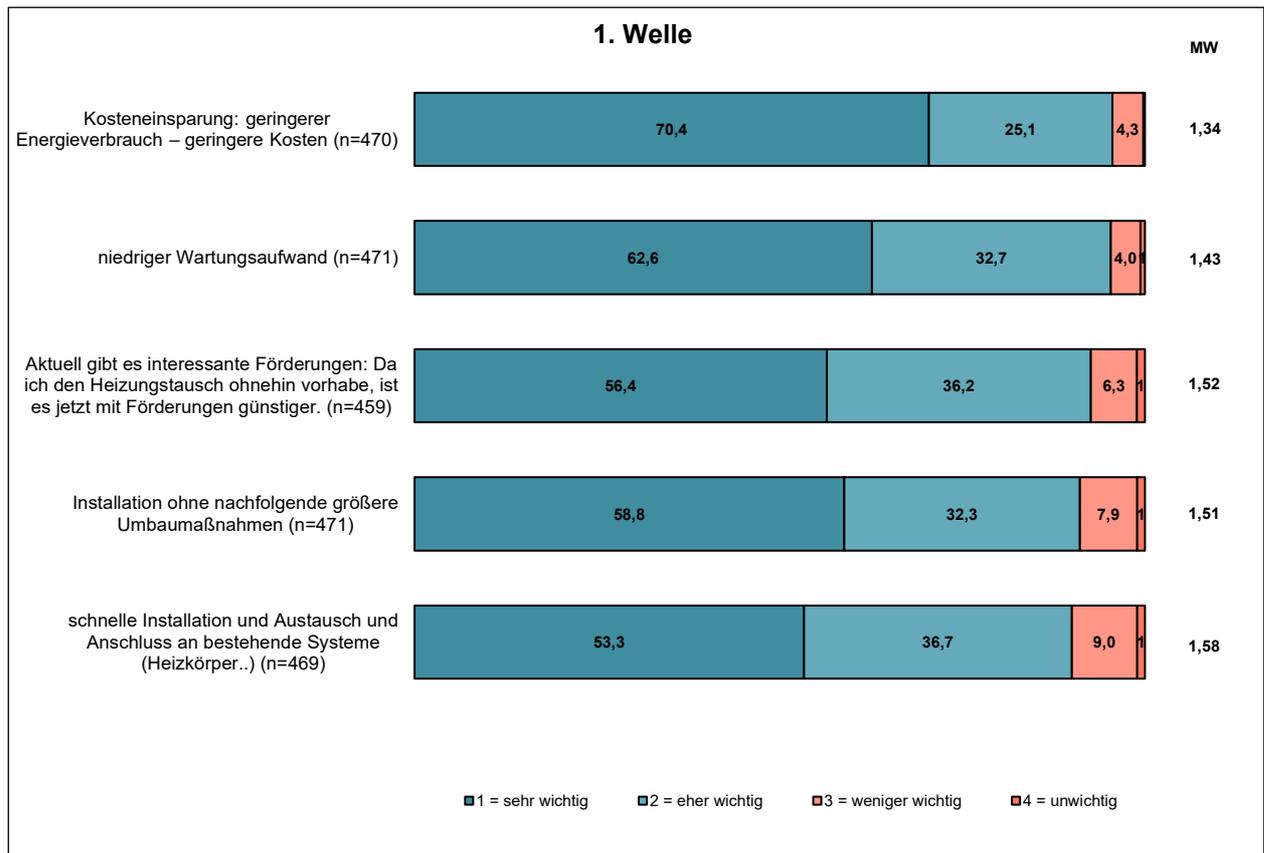


Abbildung 12 Gründe / Ziele für Heizungstausch 2. Welle

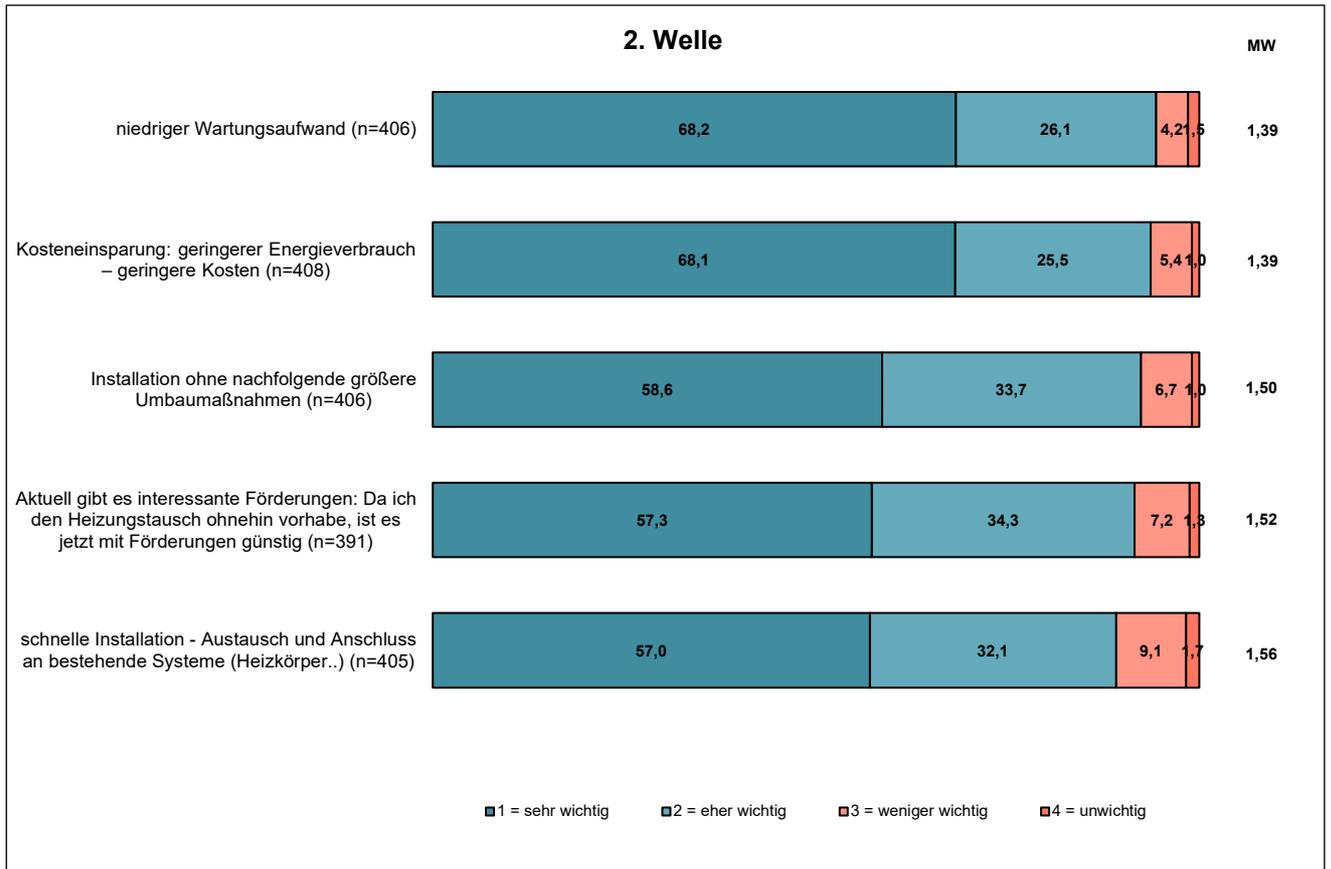


Abbildung 13 Gründe / Ziele für Heizungstausch 1. Welle

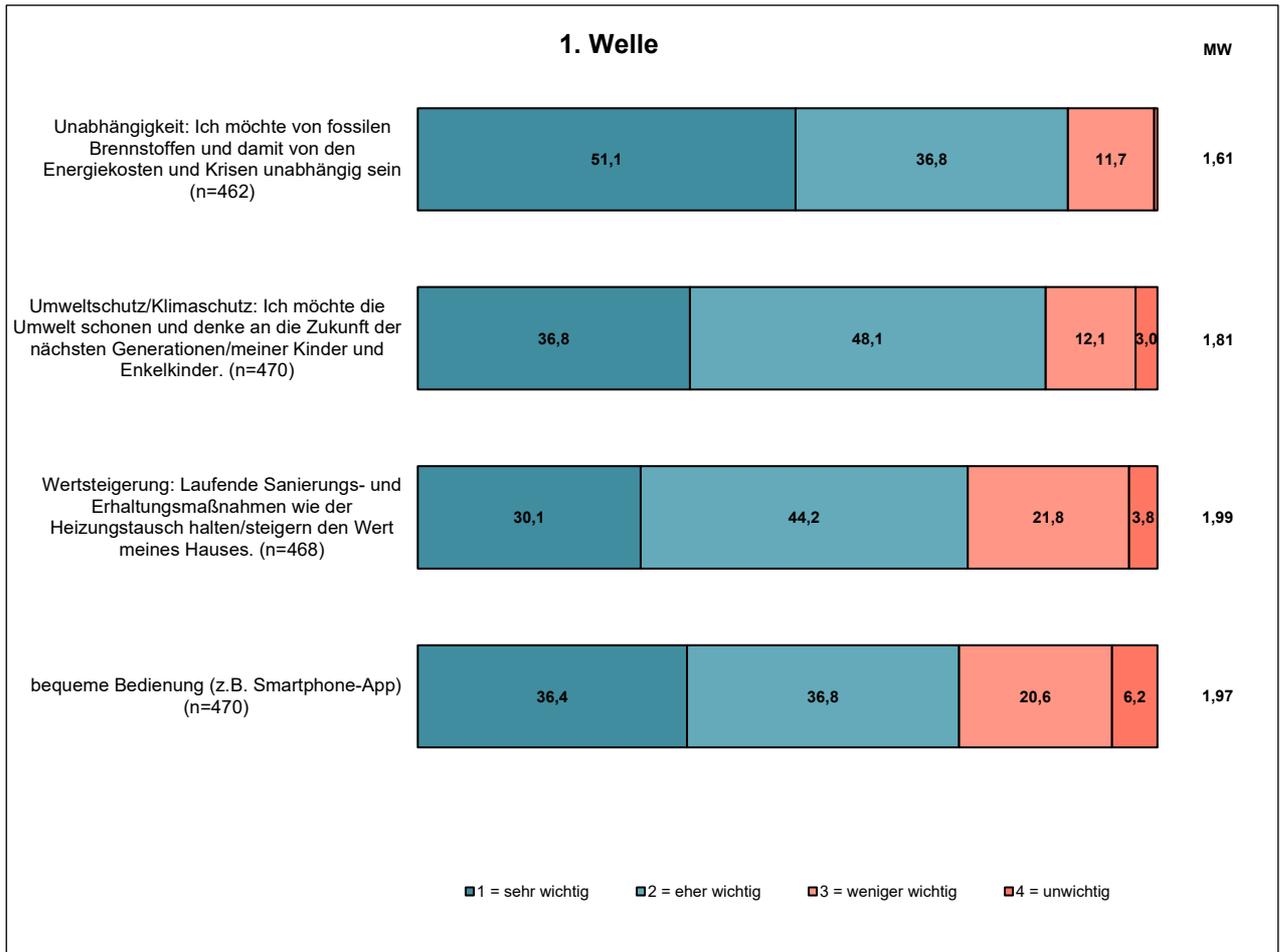
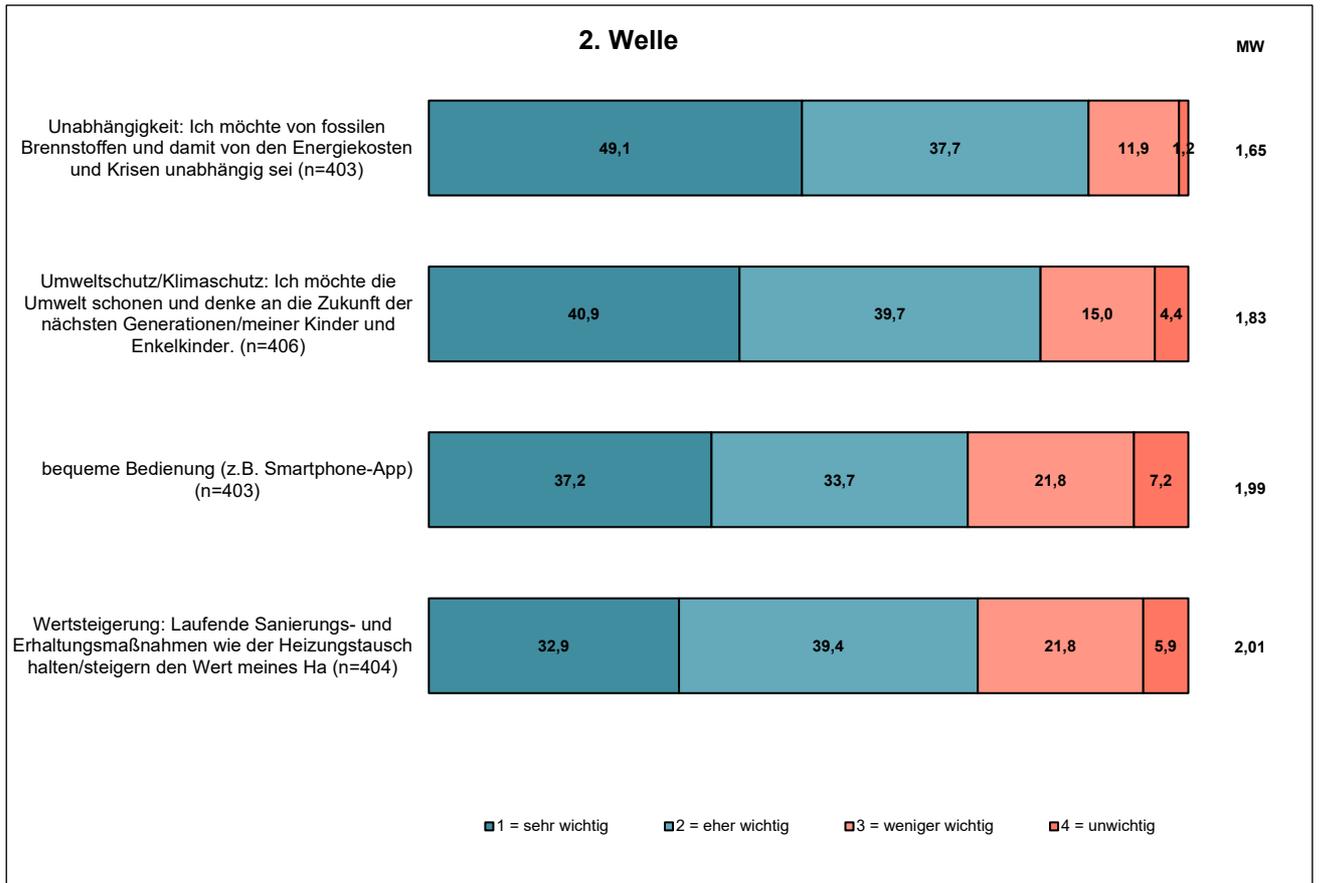


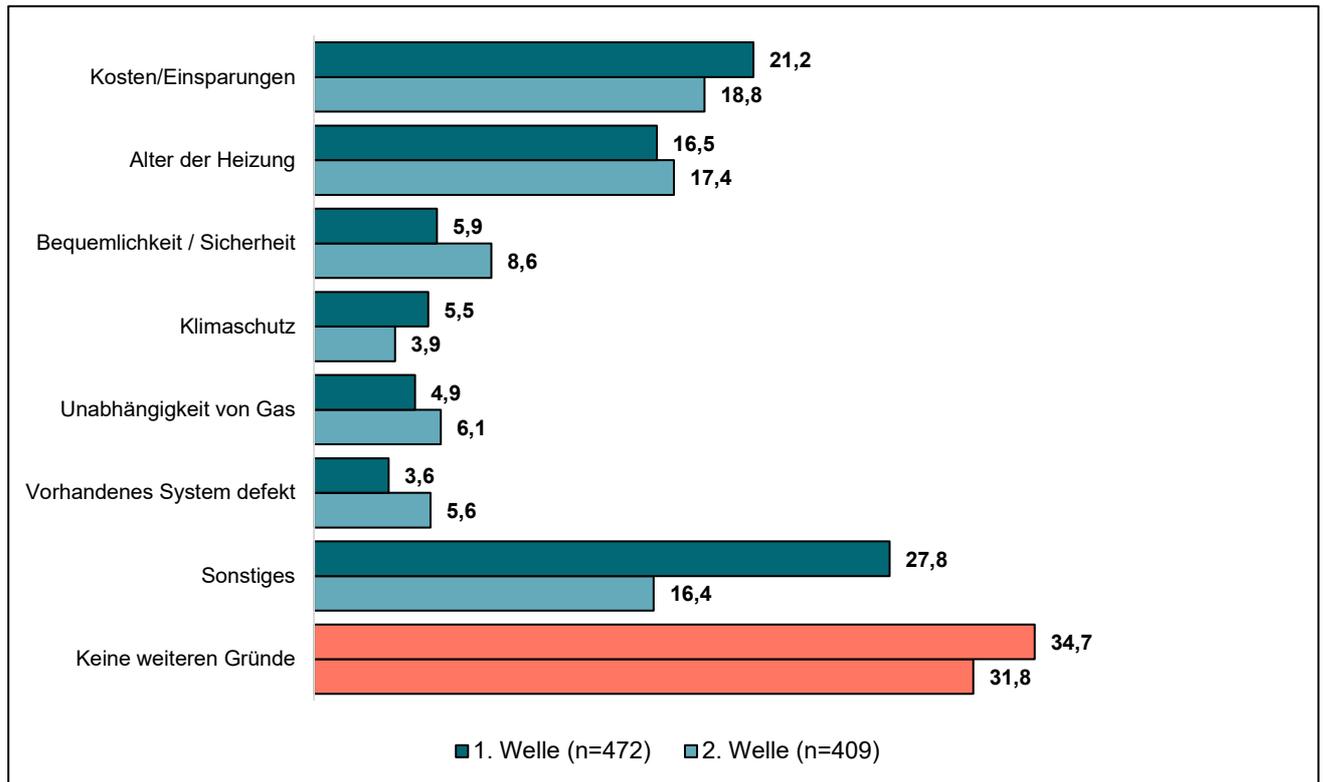
Abbildung 14 Gründe / Ziele für Heizungstausch 2. Welle



3.9.1 Weitere Gründe für Heizungstausch

Fragen 10: „Welche anderen bzw. weiteren Gründe sprechen für einen Heizungstausch in Ihrem Haus?“ (Angaben in %, offene Frage, Basis: Personen, die sich Heizungstausch vorstellen können)

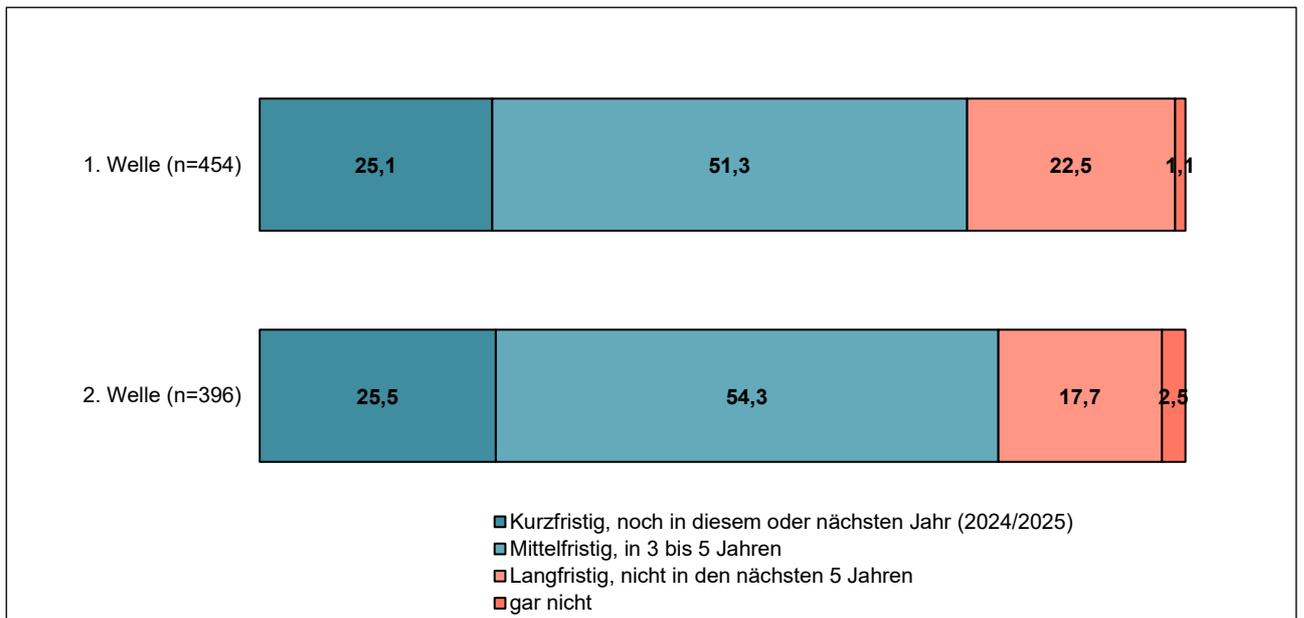
Abbildung 15 Weitere Gründe für Heizungstausch



3.10 Zeitraum für Heizungstausch

Fragen 11: „Wann haben Sie geplant bzw. überlegt, den Heizungstausch in Ihrem Haus durchzuführen?“ (Angaben in %, Basis: Personen, die sich Heizungstausch vorstellen können, n = 454)

Abbildung 16 Zeitraum für Heizungstausch



3.11 Hinderungsgründe

Frage 12: „Was sind bzw. wären für Sie Hinderungsgründe, warum Sie eher keinen Heizungstausch in Ihrem Haus vornehmen möchten?“ (Angaben in %, Basis: Personen, die sich Heizungstausch nicht vorstellen können)

Abbildung 17 Hinderungsgründe 1. Welle

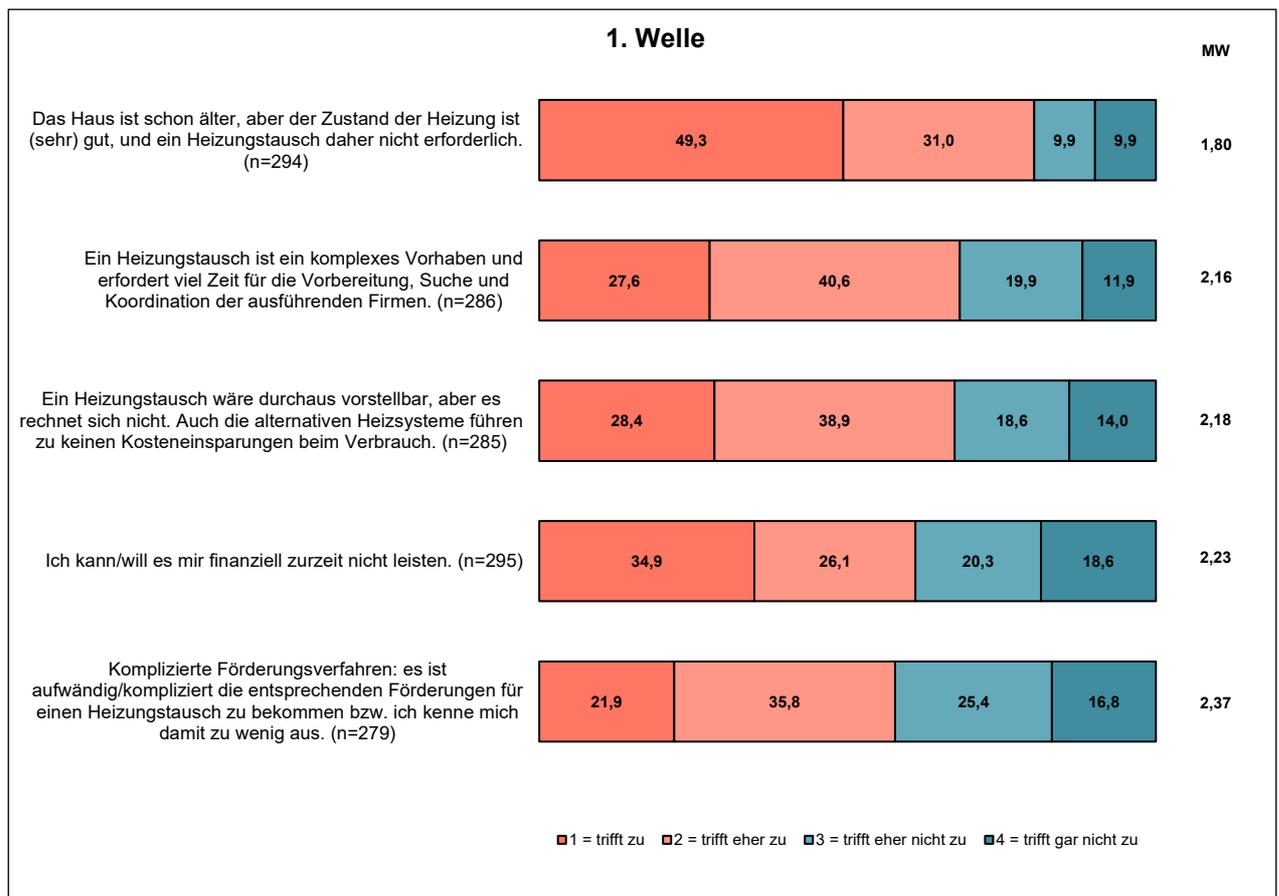


Abbildung 18 Hinderungsgründe 2.Welle

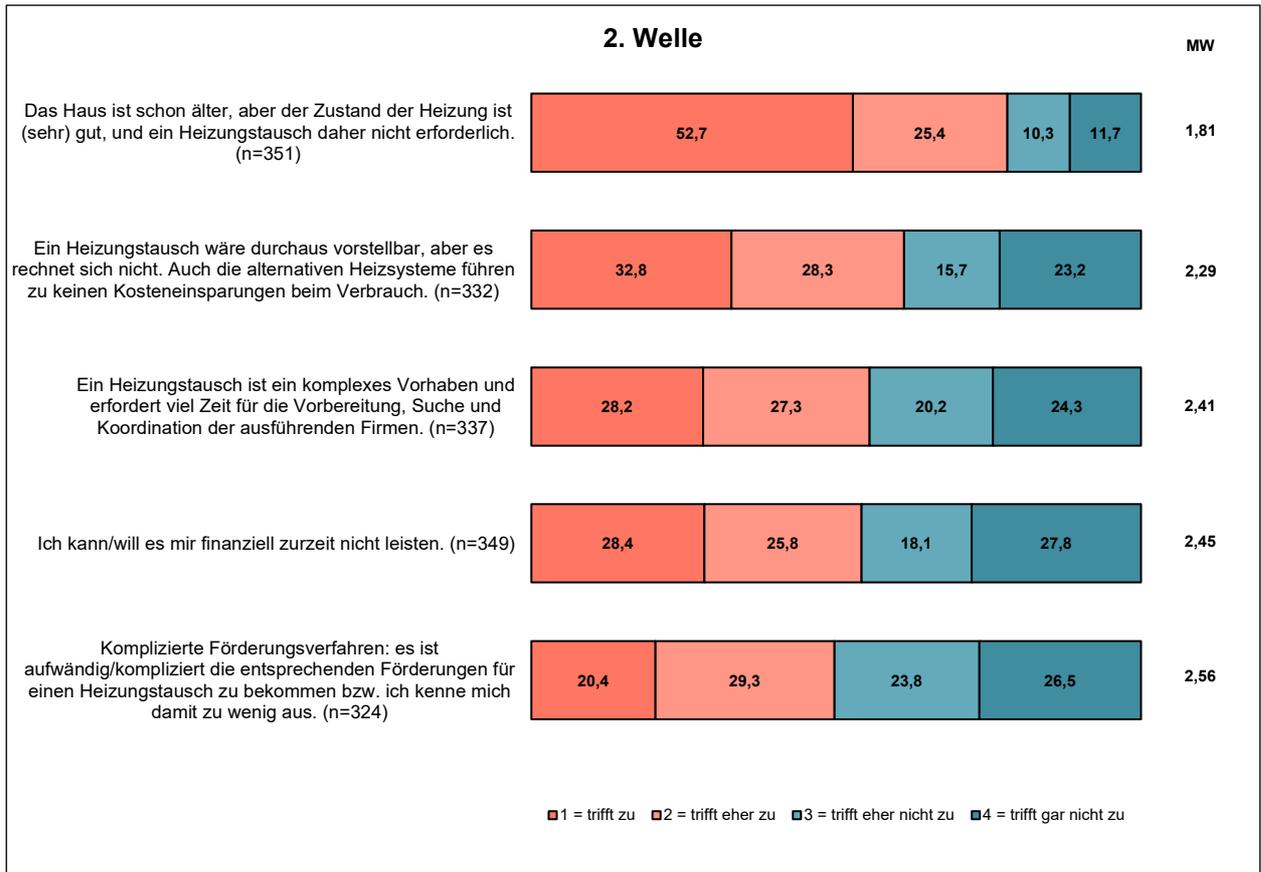


Abbildung 19 Hinderungsgründe 1.Welle

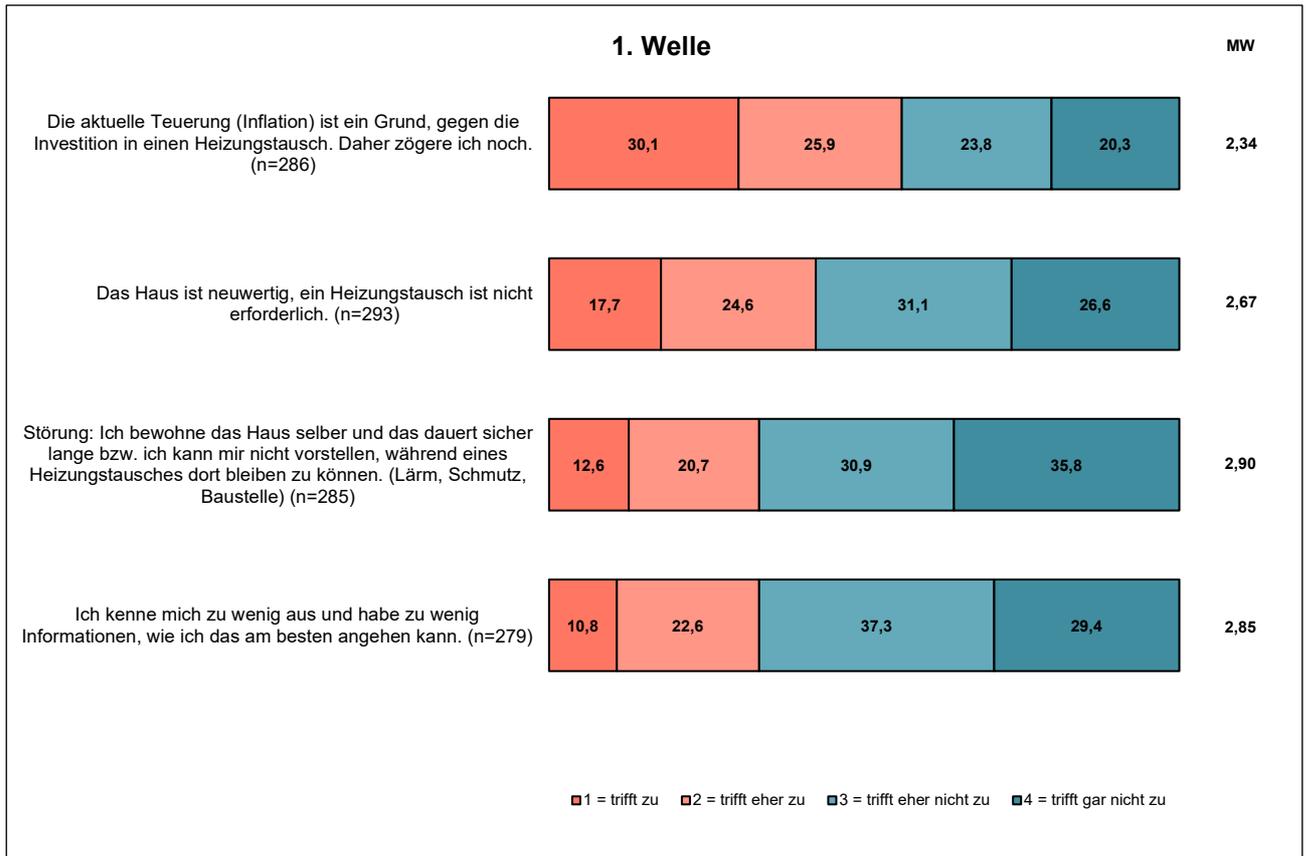
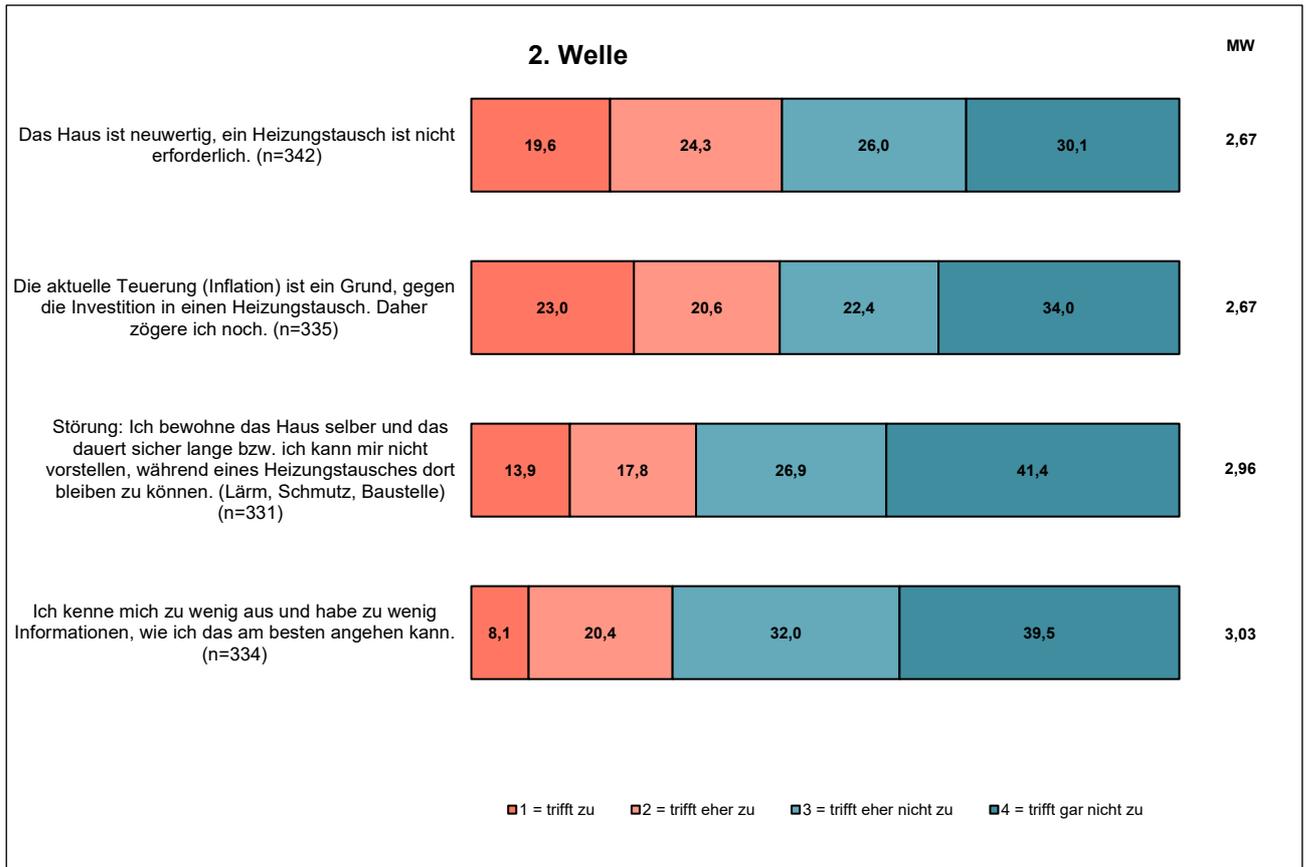


Abbildung 20 Hinderungsgründe 2.Welle



3.12 Wissen zum Thema „Heizungstausch“

Frage 13: „Alles in Allem, wie schätzen Sie derzeit Ihre eigenen Kenntnisse/Ihr Wissen über das Thema „Heizungstausch“ für ein Haus und Fördermöglichkeiten ein?“ (Angaben in %)

Abbildung 21 Wissen zum Thema „Heizungstausch“



3.13 Alternative Heizsysteme

Frage 14: „Welche alternativen Heizsysteme kommen für Sie beim Kesseltausch in Frage? Welche der folgenden Heizsysteme kommen für Sie grundsätzlich für Ihr Haus in Frage?“ (Angaben in %)

Abbildung 22 Alternative Heizsysteme 1.Welle

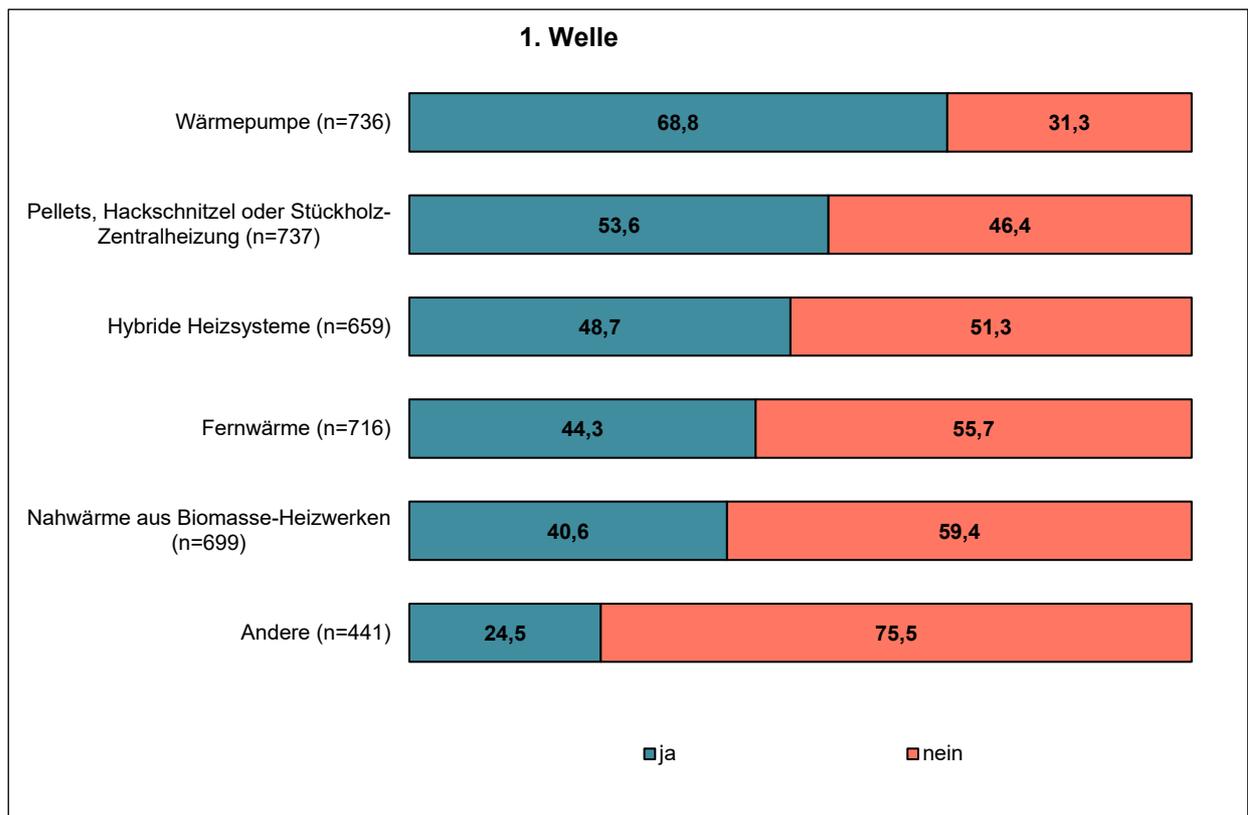
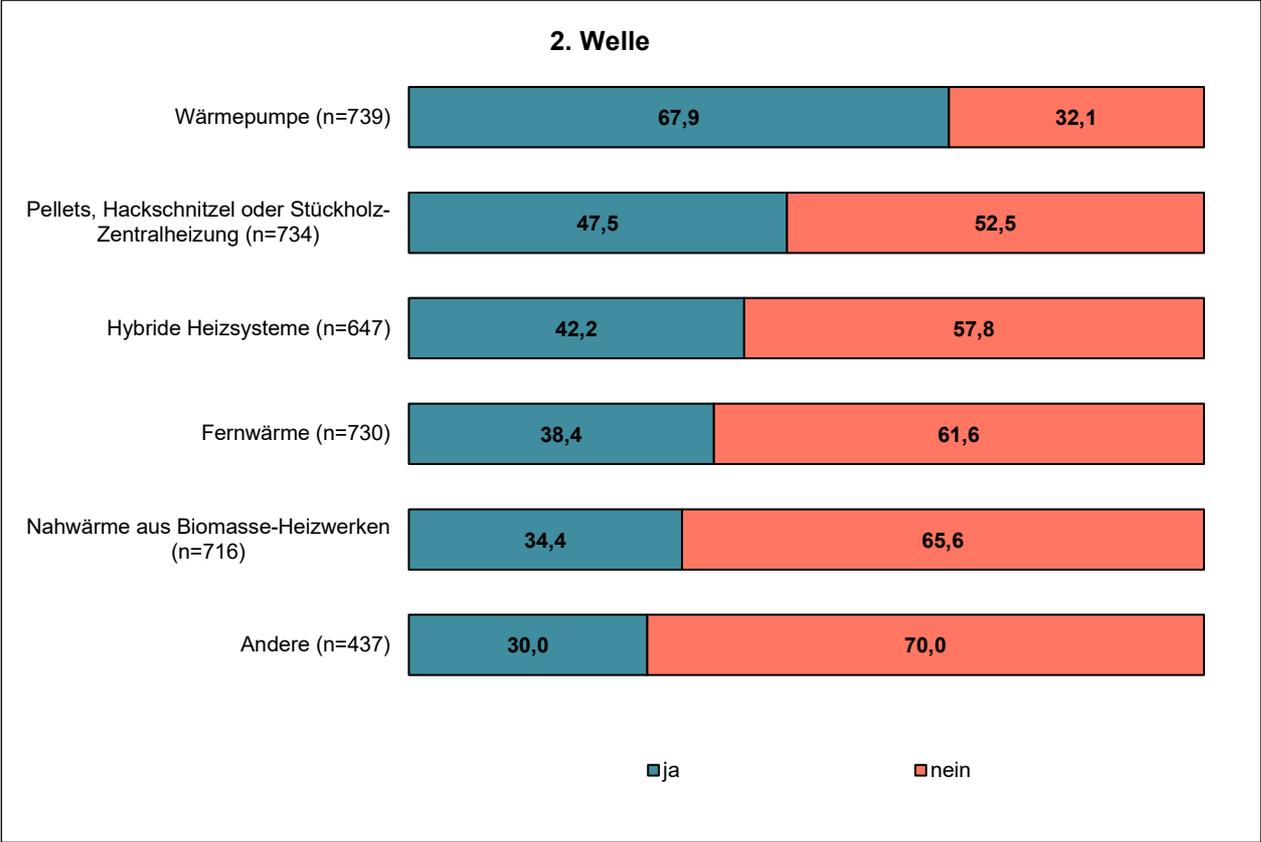


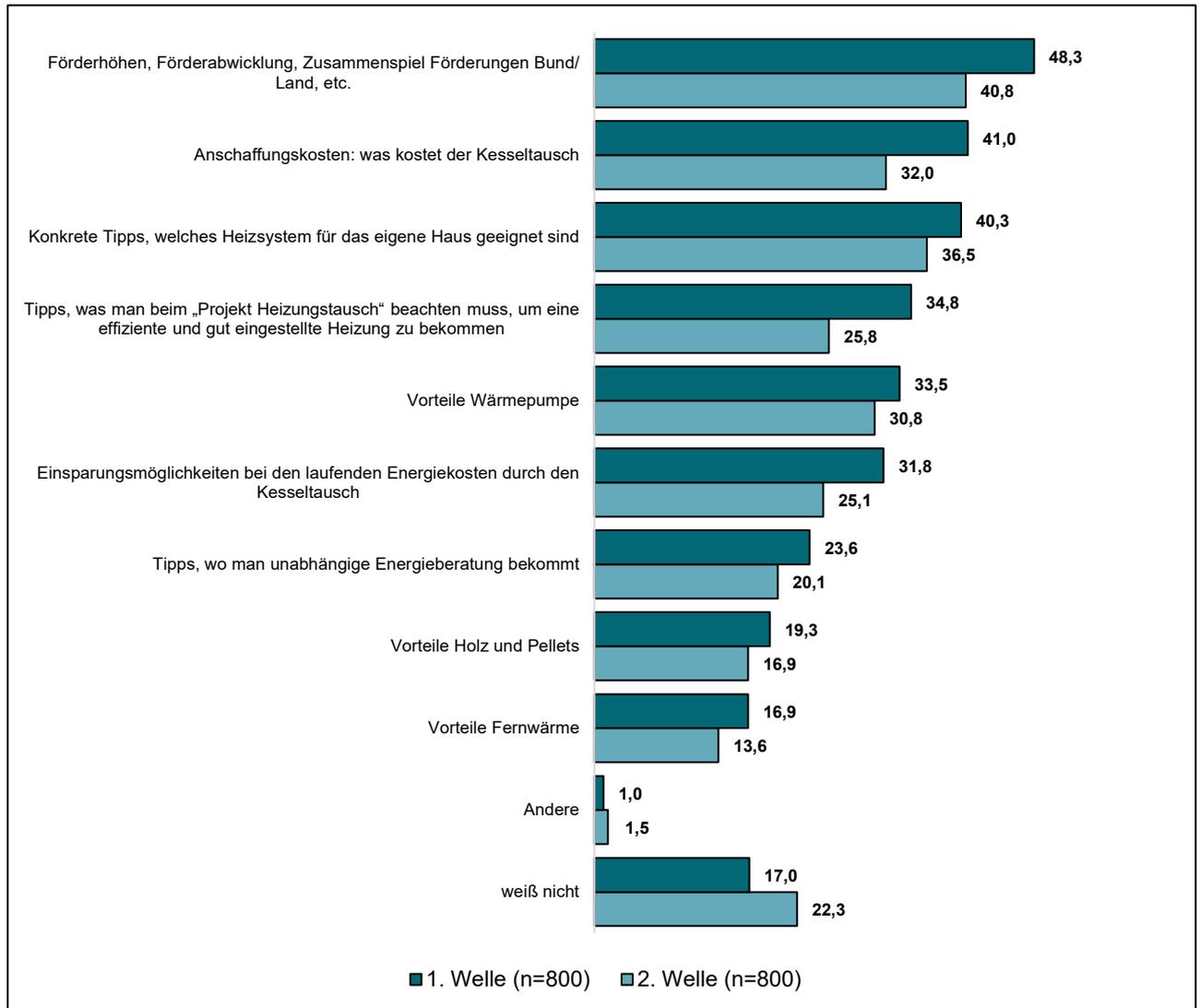
Abbildung 23 Alternative Heizsysteme 2.Welle



3.14 Informationsbedarf zum Heizungstausch/Kesseltausch

Frage 15: „Zu welchen Themen hätten Sie gerne noch mehr Informationen in Bezug auf Kesseltausch?“ (Angaben in %, Mehrfachnennungen)

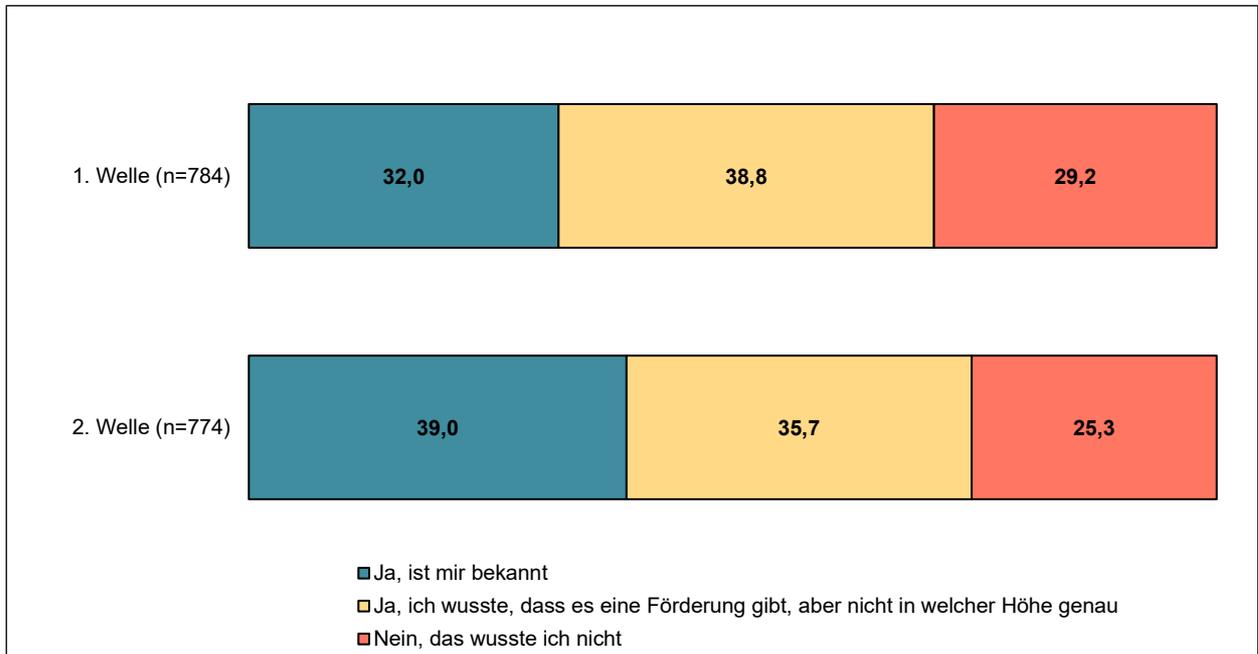
Abbildung 24 Informationsbedarf zum Heizungstausch/Kesseltausch



3.15 Bekanntheit der Förderung

Frage 16: „Wussten Sie, dass es derzeit bis zu 75 % Bundesförderung gibt, die durch Landesförderungen ergänzt wird?“ (Angaben in %)

Abbildung 25 Bekanntheit der Förderung



3.16 Bekanntheit der Beratung

Frage 17: „Wussten Sie, dass es für Haushalte mit geringem Einkommen (unteres Einkommensdrittel) derzeit eine besondere Beratung und bis zu 100 % Förderung von Bund und Ländern gibt?“

Abbildung 26 Bekanntheit der Beratung 1.Welle

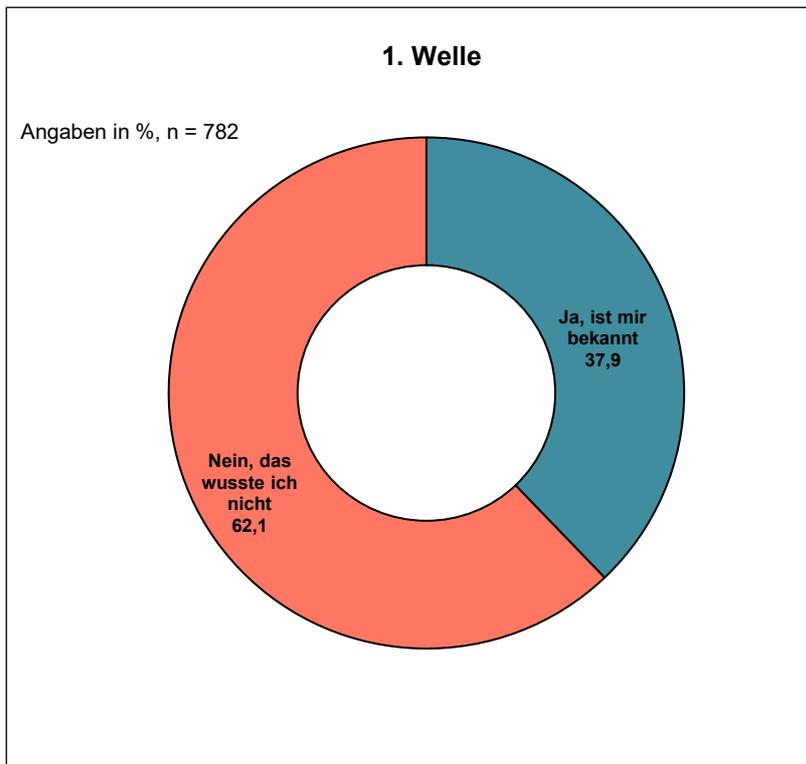
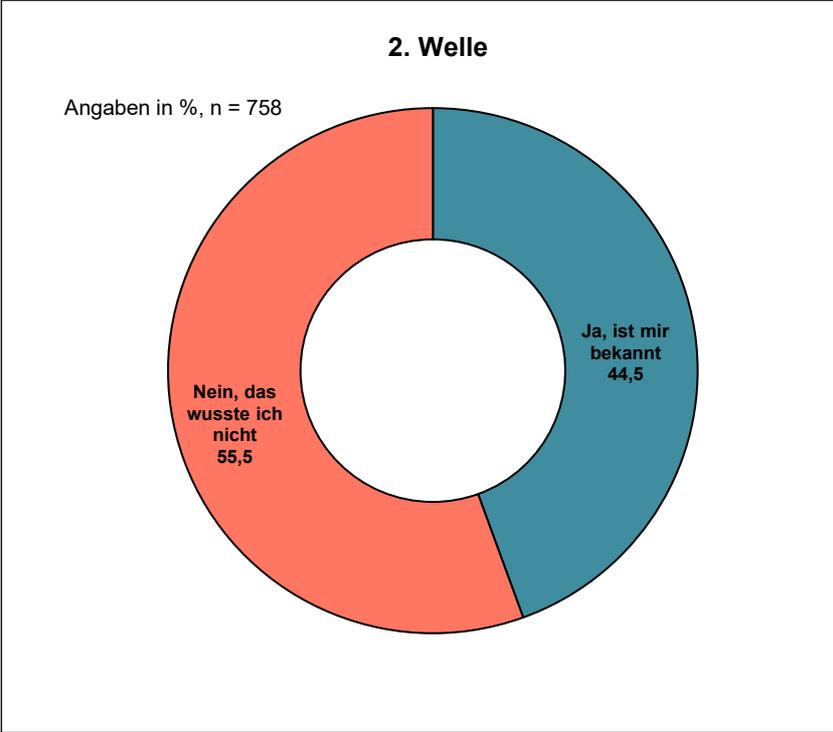


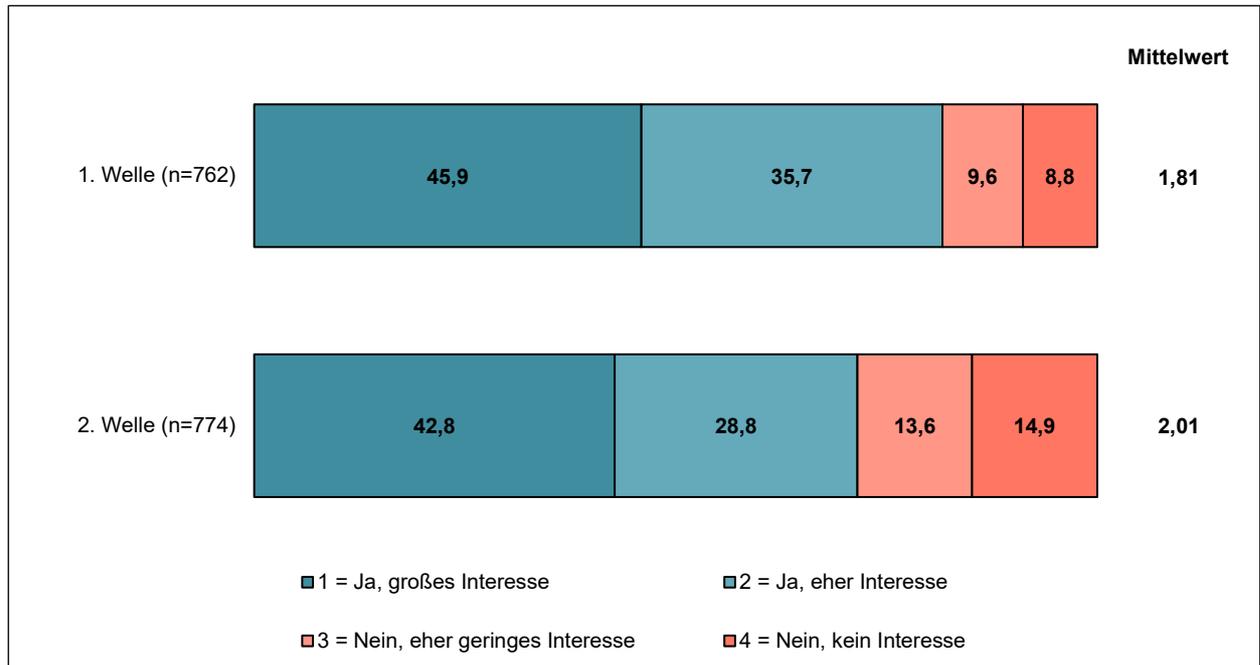
Abbildung 27 Bekanntheit der Beratung 2.Welle



3.17 Interesse an Förderung

Frage 18: „Können Sie sich vorstellen, für einen Heizungstausch in Ihrem Haus auch eine Förderung in Anspruch zu nehmen? Haben Sie Interesse?“ (Angaben in %)

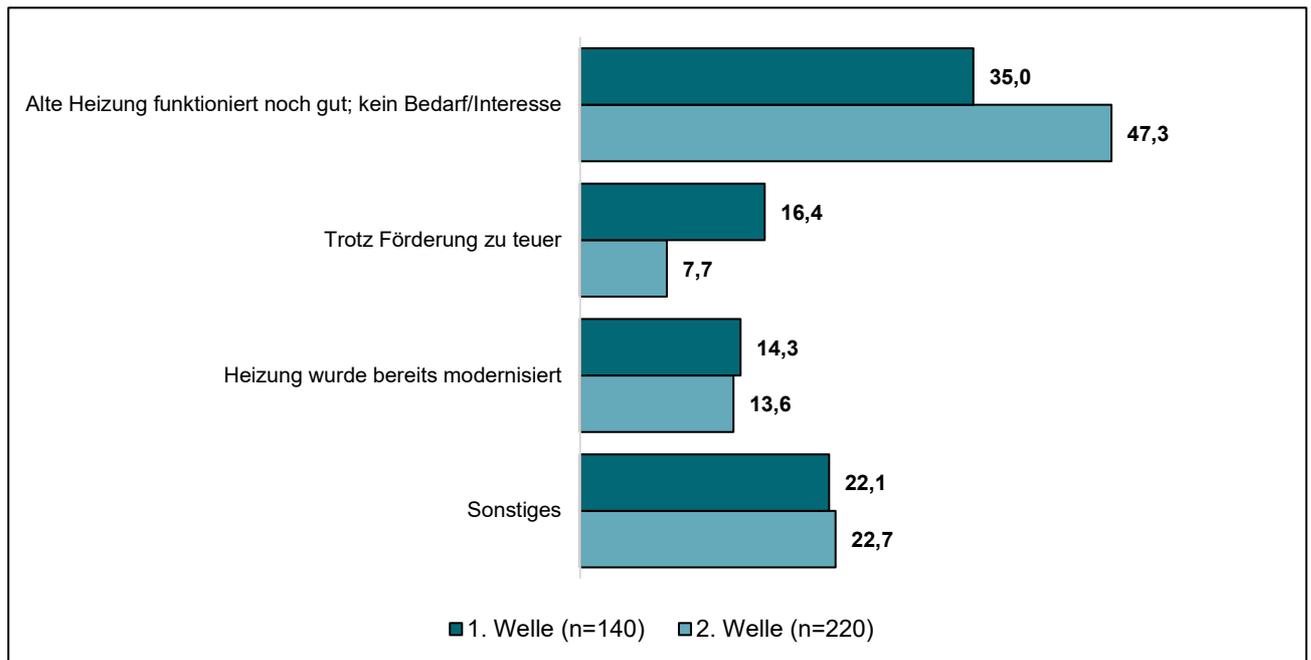
Abbildung 28 Interesse an Förderung



3.18 Gründe für Ablehnung

Frage 19: „Warum kommt es für Sie (eher) nicht in Frage, eine Förderung in Anspruch zu nehmen?“ (Angaben in %, Basis: wenn geringes bis kein Interesse an Förderung)

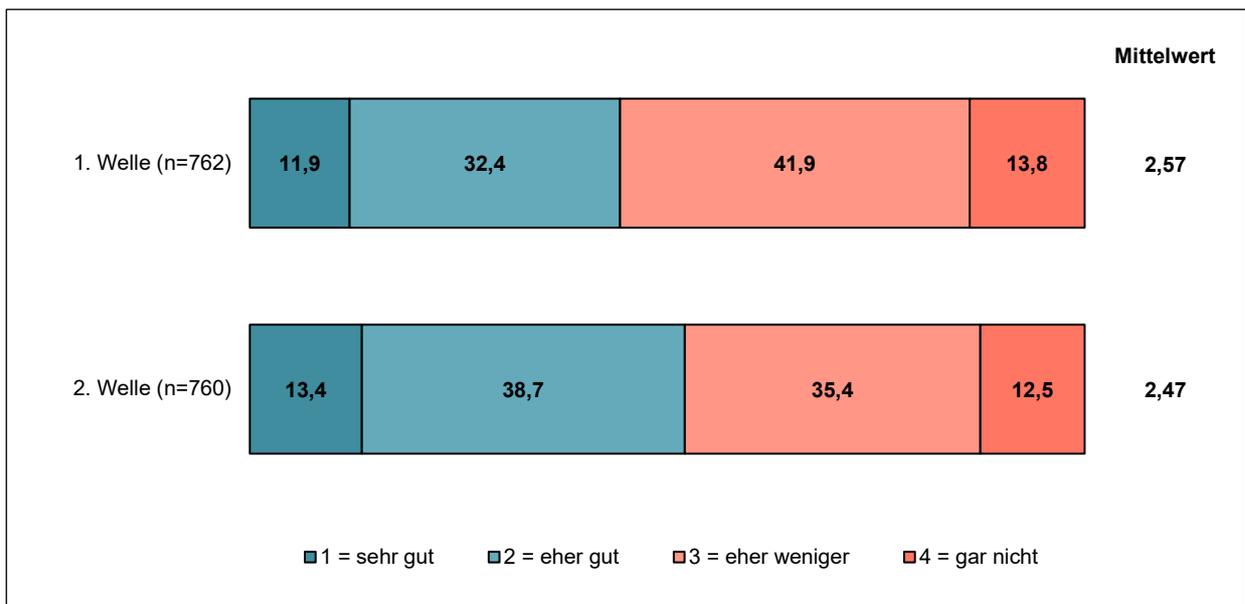
Abbildung 29 Gründe für Ablehnung



3.19 Informationsstand „Raus aus Öl und Gas“

Frage 20: „Wie gut fühlen Sie sich über Fördermöglichkeiten zum Thema „Raus aus Öl und Gas“ und das Thema „Heizungstausch“ und die Wege der Antragstellung informiert?“
(Angaben in %)

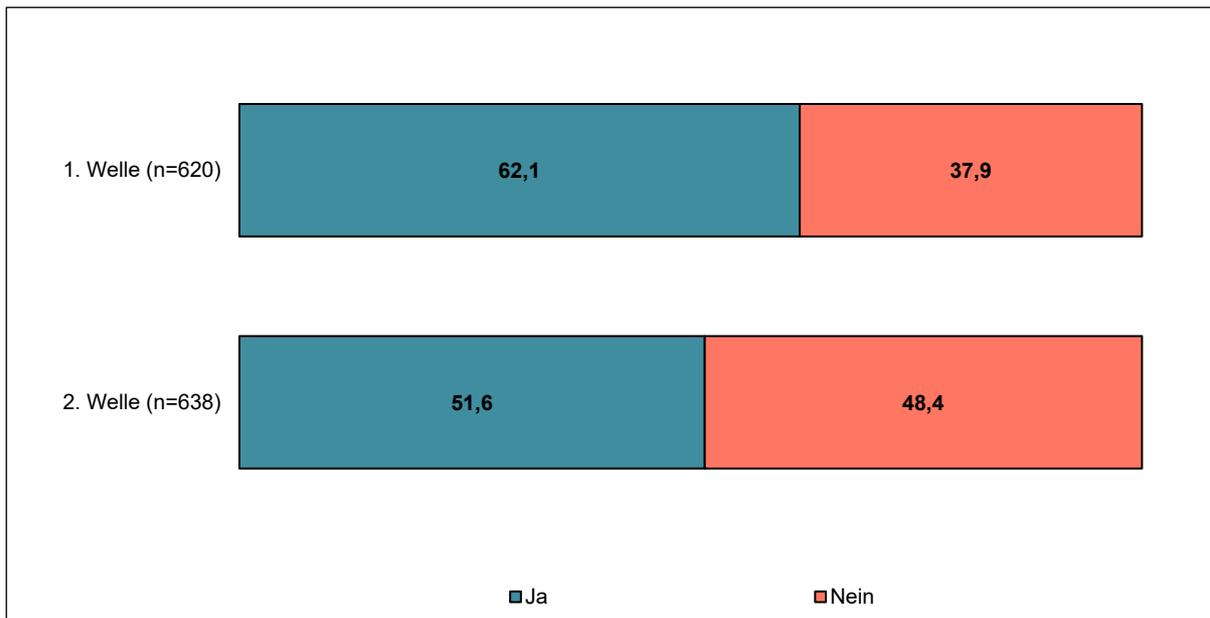
Abbildung 30 Informationsstand „Raus aus Öl und Gas“



3.20 Erhöhung/Veränderung der Förderung

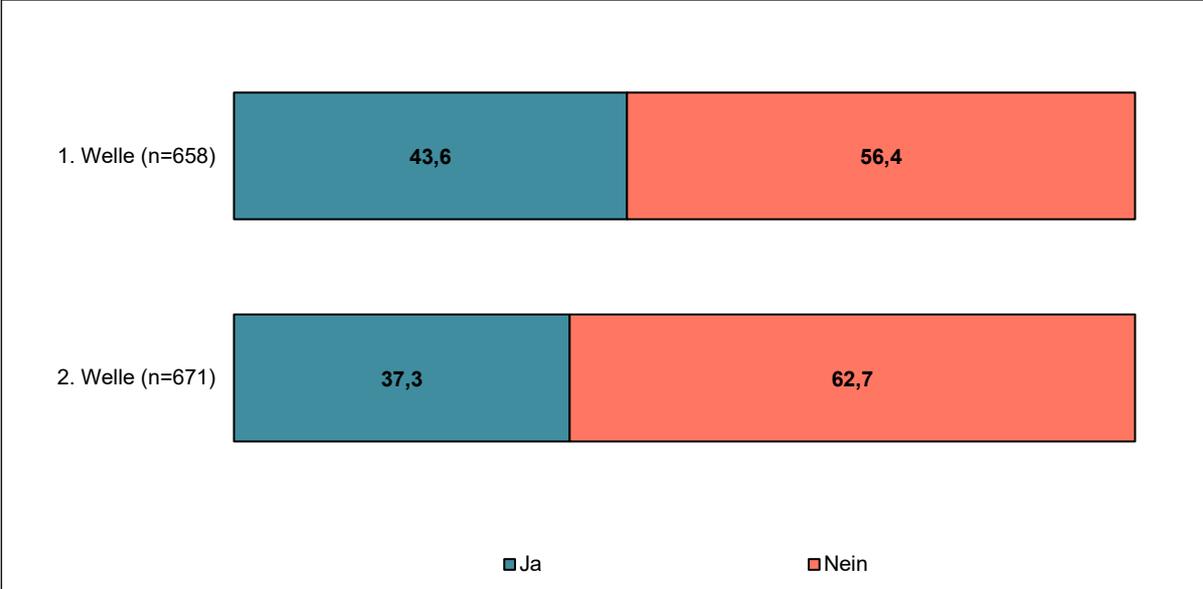
Frage 21: „Wenn die Förderungen beim Heizungstausch für die Jahre 2024/2025 noch mehr erhöht werden würden, würden Sie dann einen Heizungstausch in diesem oder nächsten Jahr in Betracht ziehen?“ (Angaben in %)

Abbildung 31 Betrachtung der Inanspruchnahme bei Erhöhung der Förderung 2024/25



Frage 22: „Derzeit existiert eine Förderung von 75 % für den Heizungstausch - diese gilt für 2 Jahre. Eine neue Regierung wird möglicherweise andere Schwerpunkte setzen. Beeinflusst Sie diese mögliche Veränderung der Förderung in Ihren Entscheidungen für den Heizungstausch?“ (Angaben in %)

Abbildung 32 Betrachtung der Inanspruchnahme bei Veränderung der Förderung



3.21 Stellenwert verschiedener Informationsquellen

Frage 23: „Stellen Sie sich bitte vor, Sie wollen sich generell über verschiedene Möglichkeiten eines Heizungstausches für ein Haus informieren. Welchen Stellenwert haben die folgenden Medien und Informationsquellen für Sie, um sich über dieses Thema zu informieren?“ (Angaben in %, Sortierung: Top Box)

Abbildung 33 Stellenwert verschiedener Informationsquellen 1.Welle

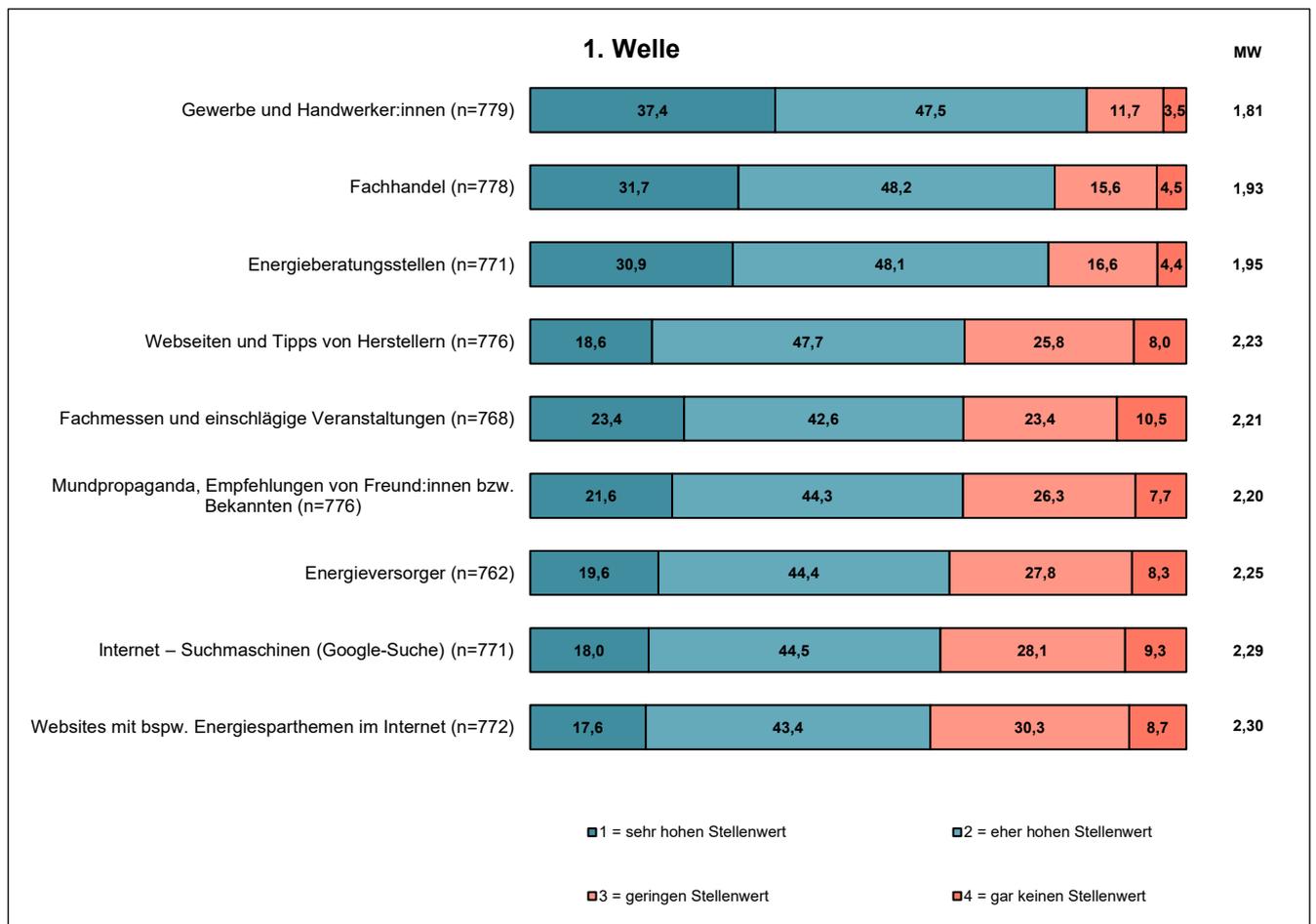


Abbildung 34 Stellenwert verschiedener Informationsquellen 2.Welle

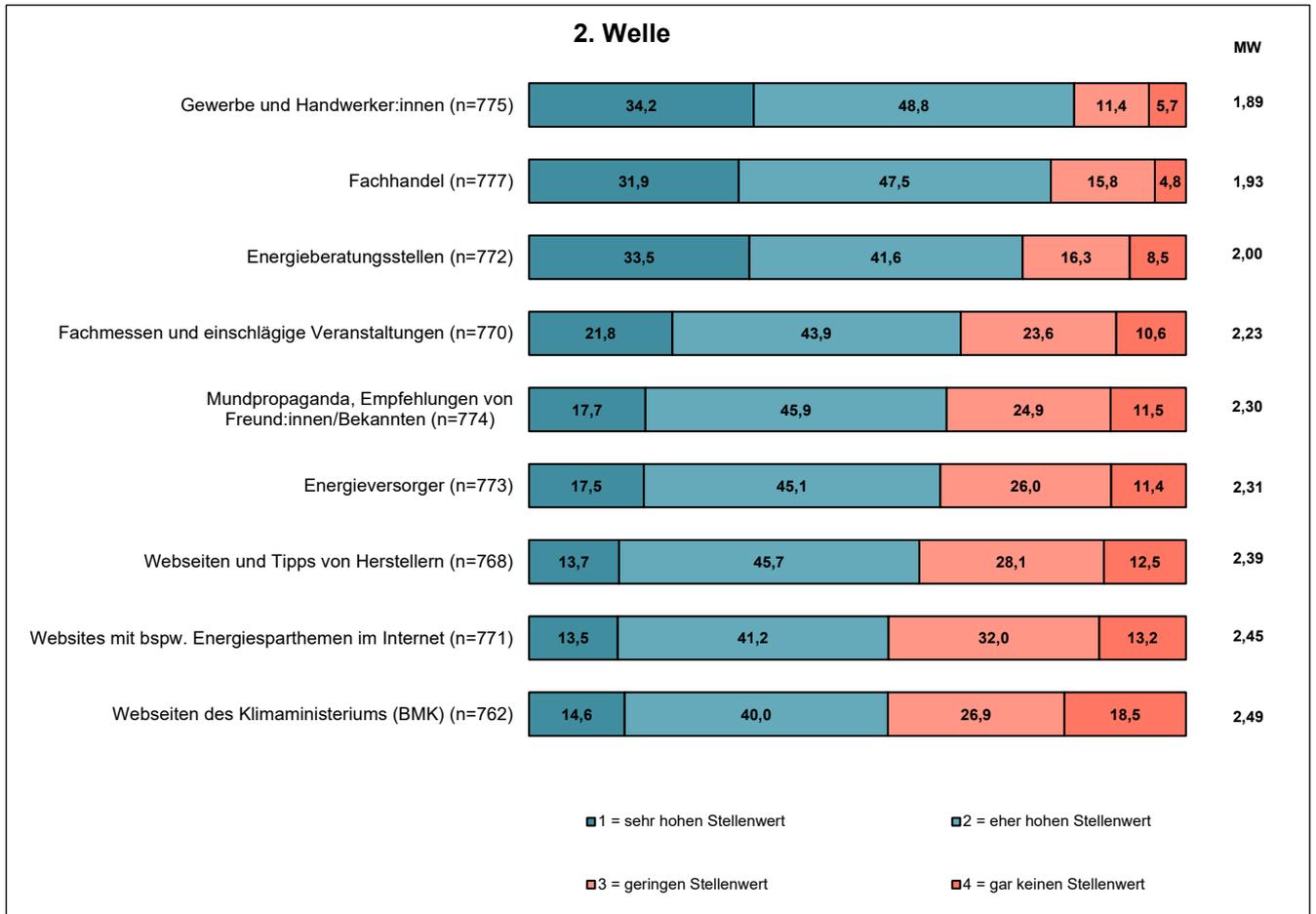


Abbildung 35 Stellenwert verschiedener Informationsquellen 1.Welle

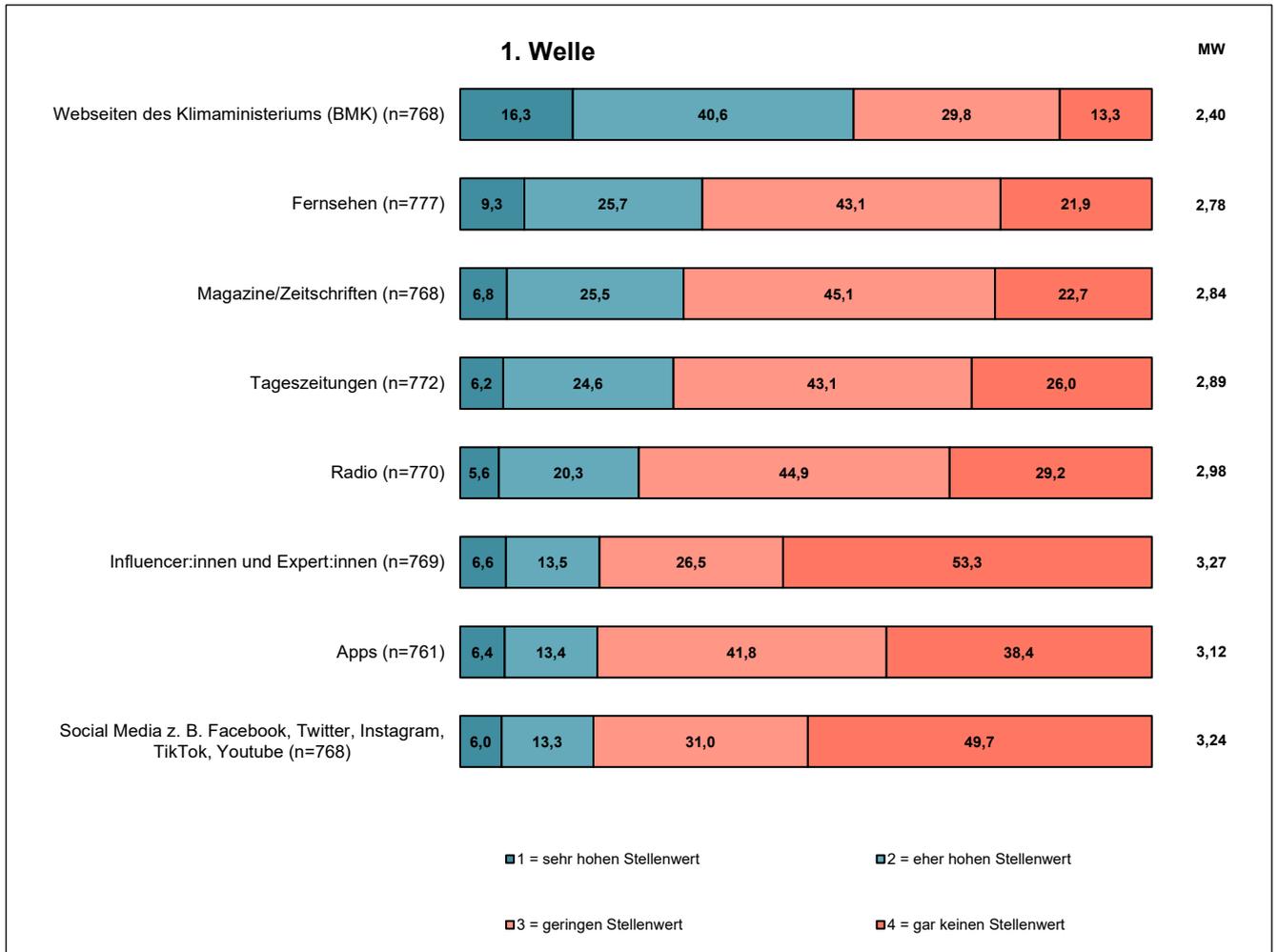
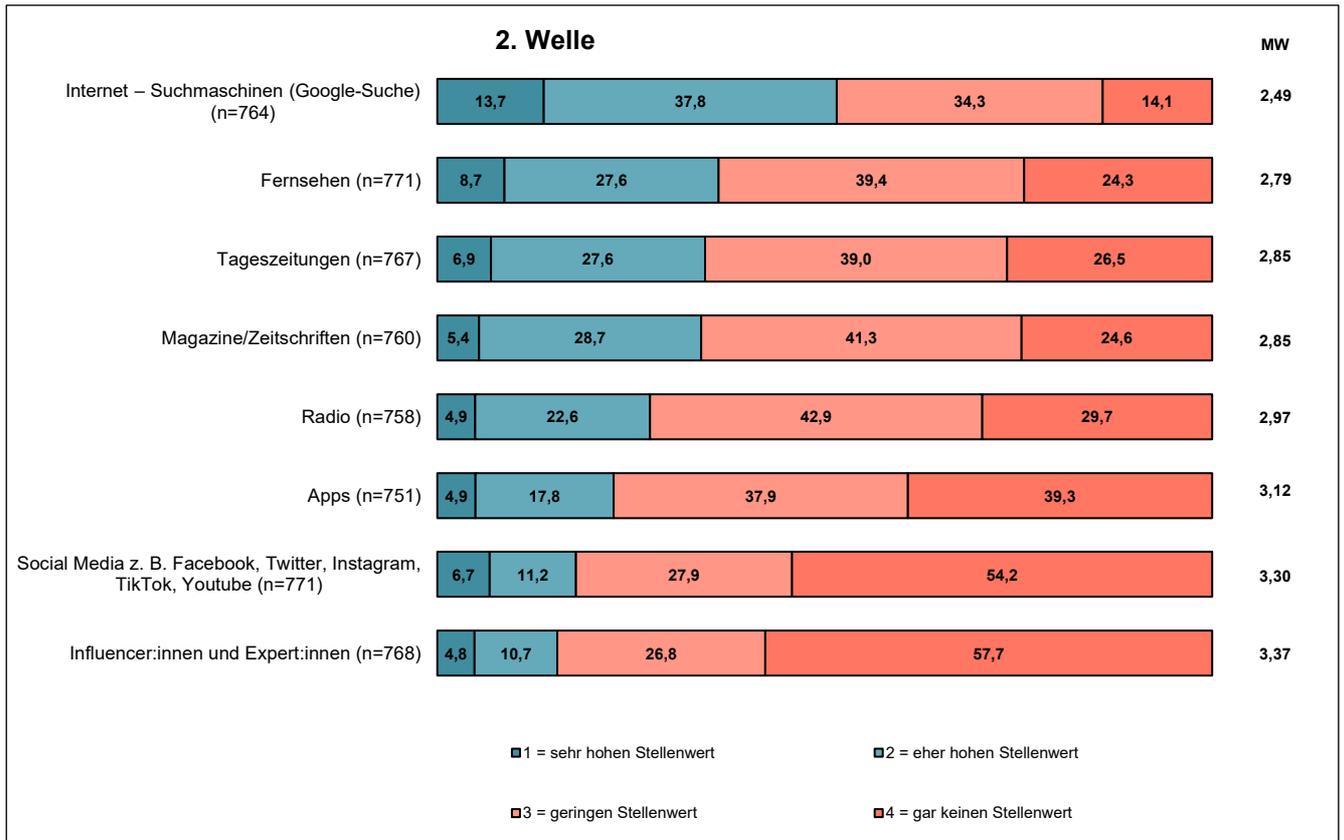


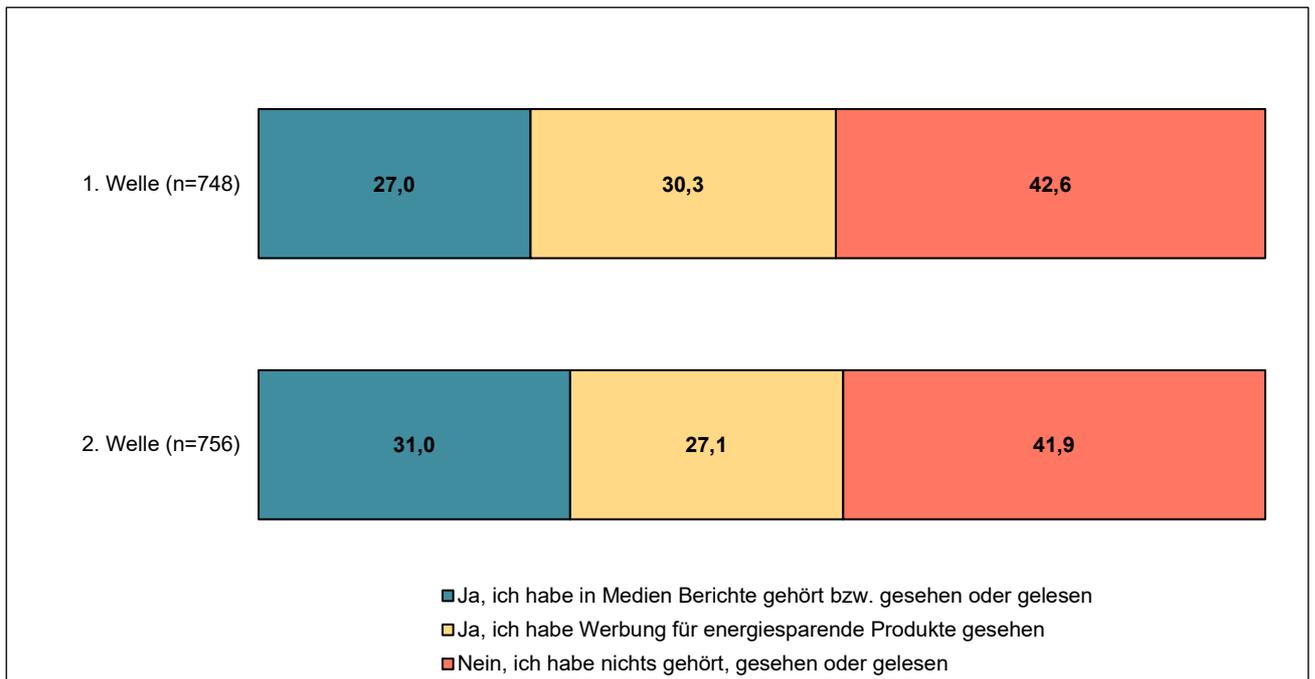
Abbildung 36 Stellenwert verschiedener Informationsquellen 2.Welle



3.22 Erinnerung an Kampagne/Werbung (ungestützt)

Frage 24: „Können Sie sich erinnern, in den letzten Monaten etwas über das Thema „Heizungstausch oder Kesseltausch“ – eine Kampagne, Werbung für ein Produkt, Tipps und anderes - in den Medien gesehen, gehört oder gelesen zu haben?“ (Angaben in %)

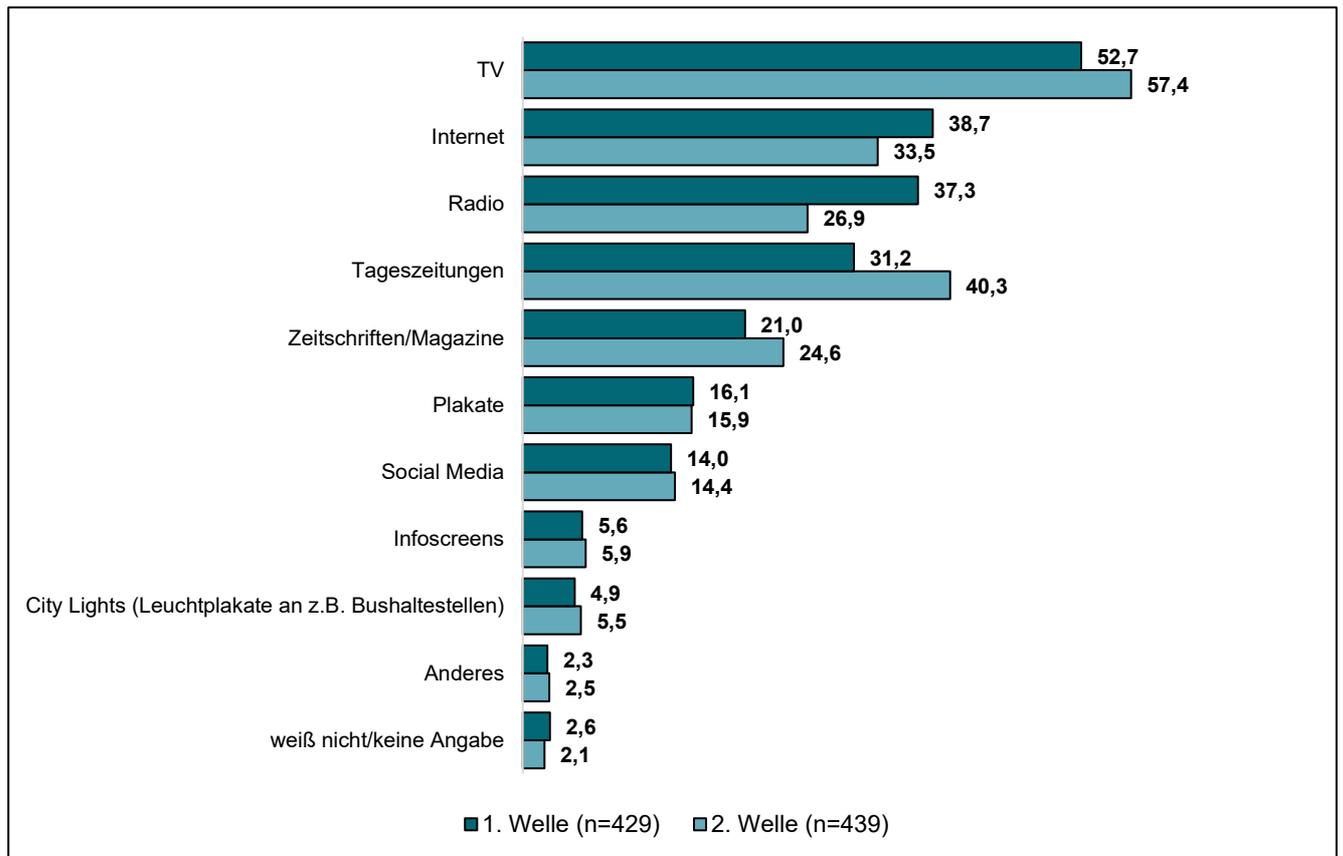
Abbildung 37 Erinnerung an Kampagne/Werbung (ungestützt)



3.23 Medien und Werbekanäle (ungestützt)

Frage 25: „Und wo oder in welchen Medien haben Sie etwas über „Heizungstausch /Kesseltausch“ gehört/gesehen/gelesen?“ (Angaben in %, Basis: wenn etwas über Heizungstausch/Kesseltausch gesehen wurde)

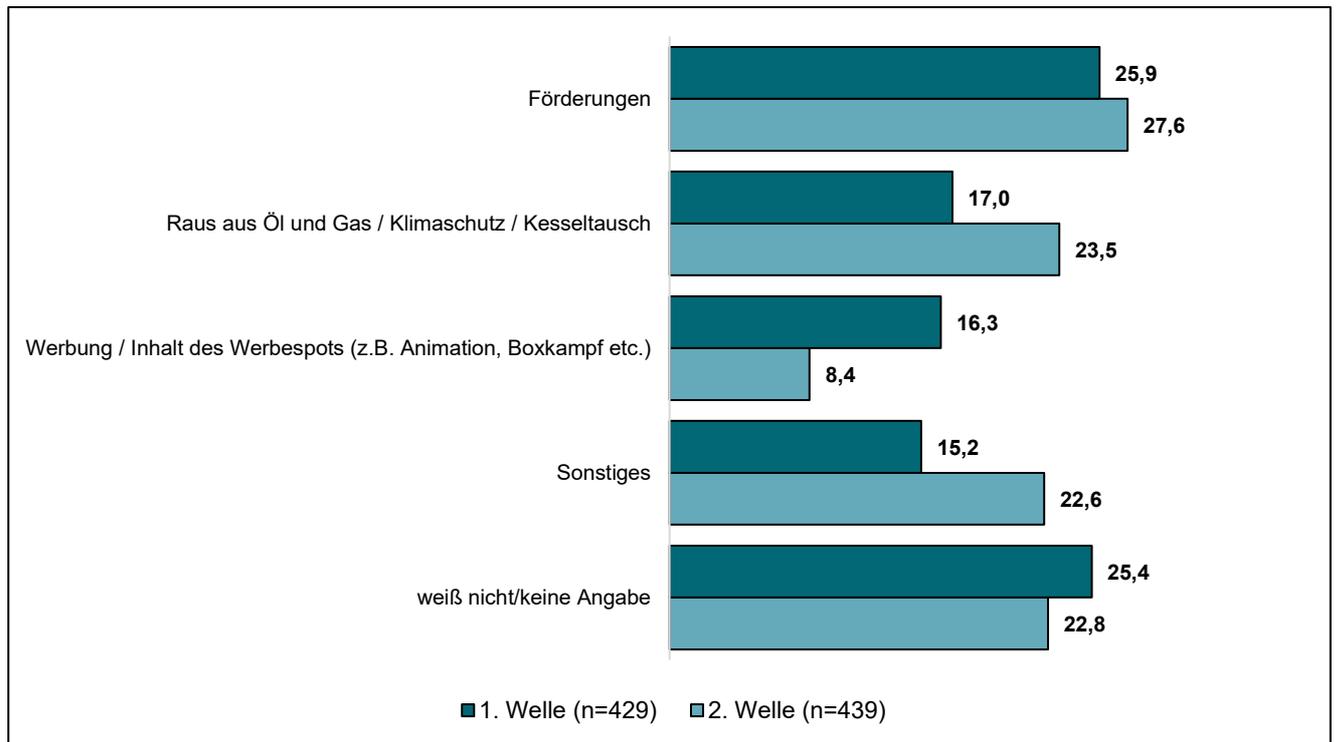
Abbildung 38 Medien und Werbekanäle (ungestützt)



3.24 Wahrgenommene Inhalte (ungestützt)

Frage 26: „Bitte versuchen Sie sich zu erinnern, was Sie zum Thema „Heizungstausch /Kesseltausch“ 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 über Heizungstausch/Kesseltausch gesehen wurde)

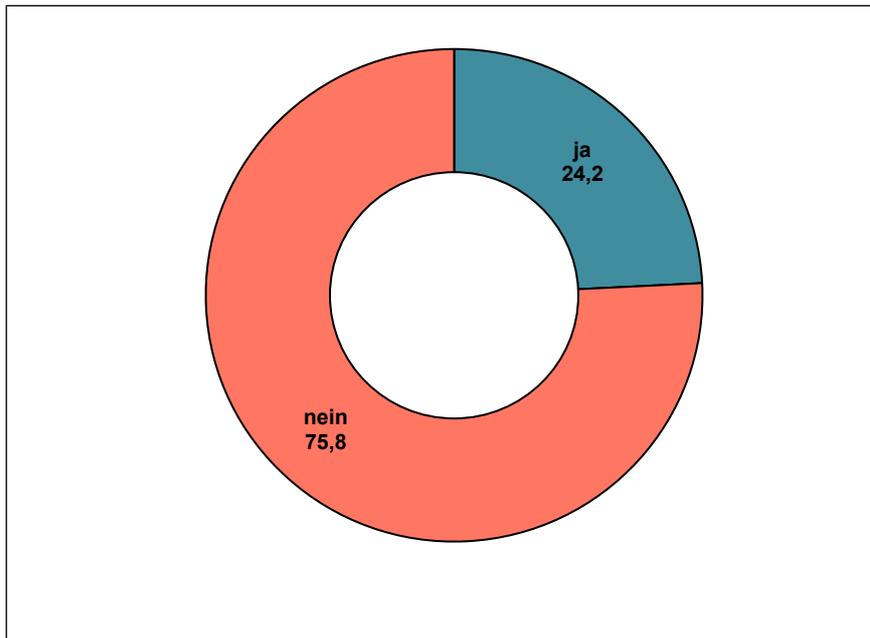
Abbildung 39 Wahrgenommene Inhalte (ungestützt)



3.25 Erinnerung an Kampagne/Werbung (gestützt)

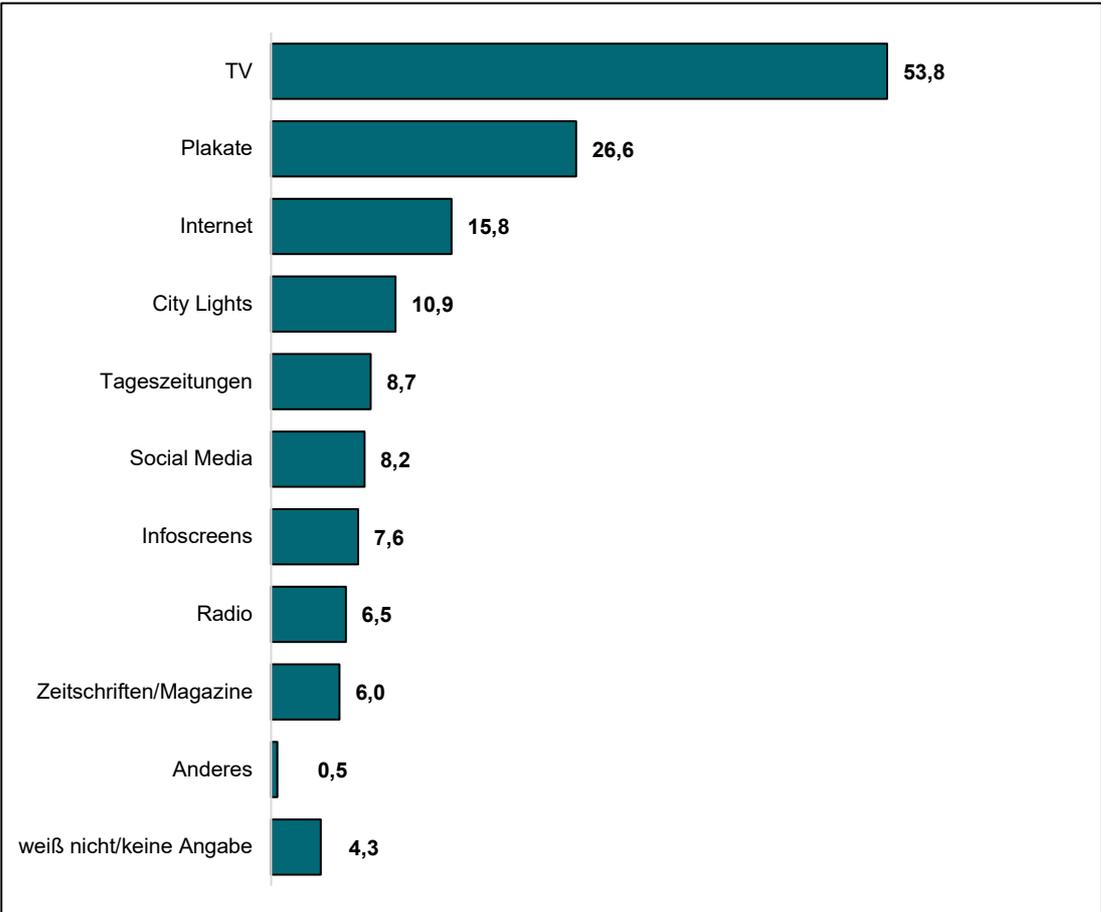
Frage 27: „Bitte sehen Sie sich die folgenden Bilder genauer an. Haben Sie diese Werbung/Kampagne in der Vergangenheit gesehen?“ (Angaben in %, n = 760)

Abbildung 40 Erinnerung an Kampagne/Werbung (gestützt)



Frage 28: „Und wo oder in welchen Medien haben Sie diese Werbung/Kampagne wahrgenommen?“ (Angaben in %, Basis: Personen, die die Kampagne wahrgenommen haben, n = 184)

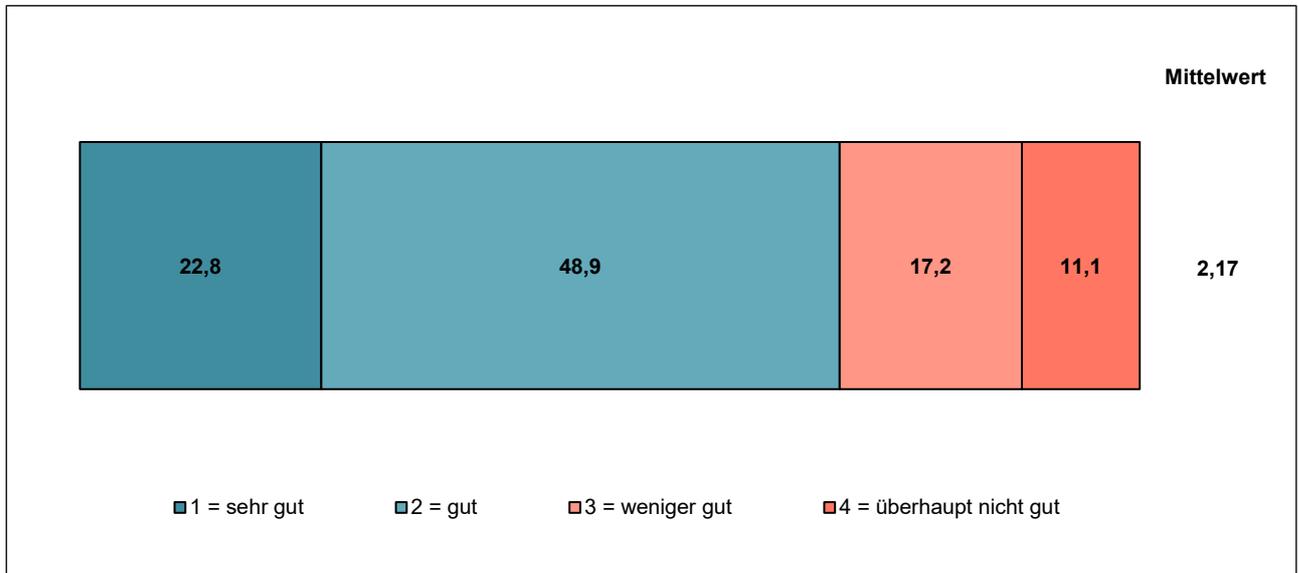
Abbildung 41 Ort der Wahrnehmung der Werbung/Kampagne



3.26 Bewertung der Kampagne

Frage 29: „Wie gut gefällt Ihnen die Kampagne insgesamt?“ (Angaben in %, Basis: Personen, die die Kampagne wahrgenommen haben, n = 180)

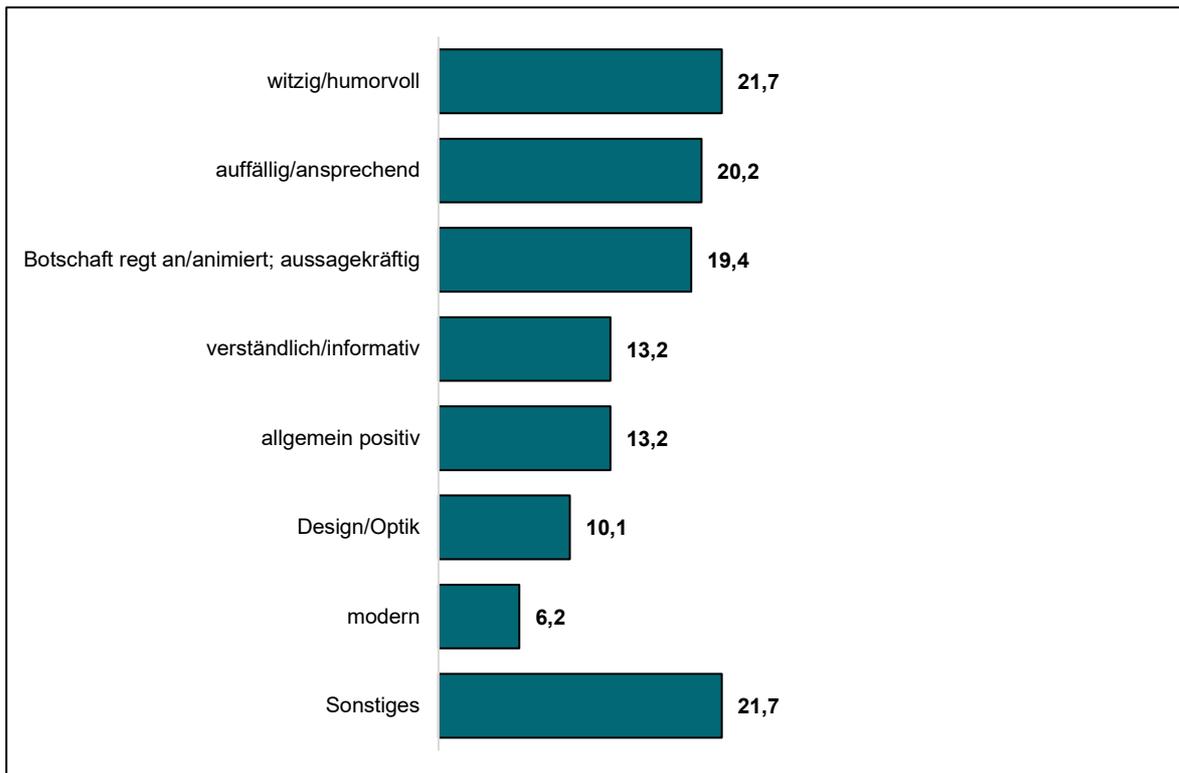
Abbildung 42 Bewertung der Kampagne



3.27 Gründe für Bewertung

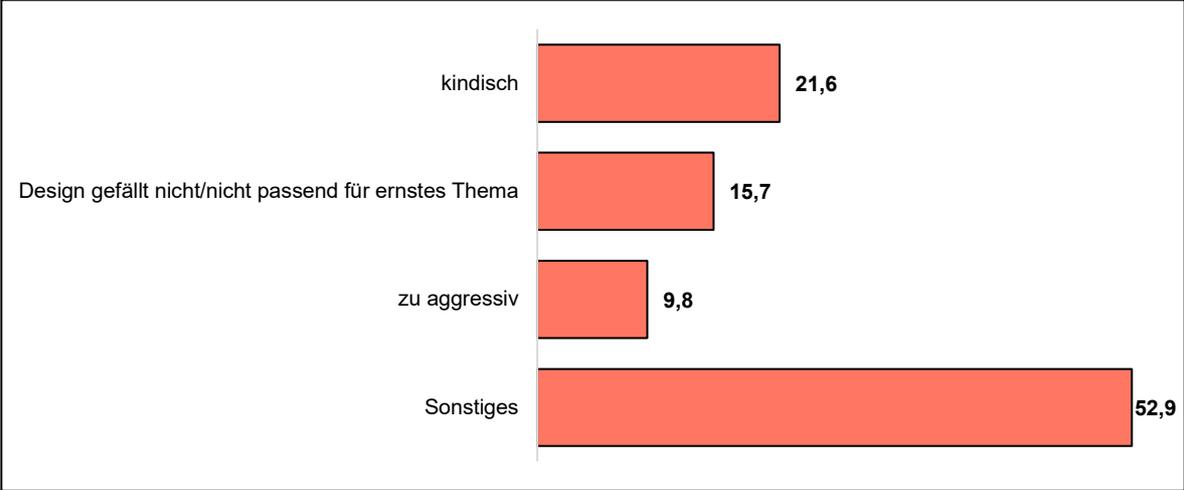
Frage 30: „Ihnen gefällt die Kampagne insgesamt gut bzw. sehr gut: Warum ist das so, aus welchen Gründen?“ (Angaben in %, Basis: Personen, die die Kampagne positiv bewerten, n = 129)

Abbildung 43 Gründe für eine gute bzw. sehr gute Bewertung der Kampagne/Werbung



Frage 31: „Ihnen gefällt die Kampagne insgesamt weniger gut bzw. überhaupt nicht: Warum ist das so, aus welchen Gründen?“ (Angaben in %, Basis: Personen, die die Kampagne negativ bewerten, n = 51)

Abbildung 44 Gründe für eine weniger bzw. überhaupt nicht gute Bewertung der Kampagne/Werbung



4 Zusammenfassung

In diesem Kapitel werden die Ergebnisse der Studie zusammengefasst.

- 77 % der Befragten bewerten den Gesamtzustand ihres Hauses gut bis sehr gut.
- Am häufigsten haben die Teilnehmer:innen Erdgas-Zentralheizungen (27 %), Heizkamine (26 %) und Öl- oder Flüssiggas-Zentralheizungen (22 %).
- Ein Drittel nutzt keine erneuerbaren Energieformen (34 %). 30 % haben eine eigene Photovoltaikanlage (30 %) und 26 % kaufen Ökostrom.
- Mehr als ein Drittel der Heizsysteme ist bereits älter als 20 Jahre (35 %). 38 % besitzen ein neuwertiges System, das weniger als 10 Jahre alt ist.
- 63 % können ihre Heizkosten ungefähr schätzen. Die Mehrheit dieser Personen hat dabei Kosten von bis zu 2.000 € pro Jahr (63 %).
- 84 % sind aktuell eher bis sehr zufrieden mit ihrem Heizsystem. Jene, die nicht zufrieden sind, begründen dies mit zu hohen Kosten und mit der Belastung der Umwelt.
- Einen Heizungstausch haben 53 % der Befragten bereits in Betracht gezogen. Damit ist der Anteil etwas niedriger als in der 1. Erhebungswelle (61 %).
- Gründe für einen Heizungstausch bestehen in einem niedrigeren Wartungsaufwand (94 %) und in potenziellen Kosteneinsparungen (93 %).
- Die Mehrheit derjenigen, die sich vorstellen, das Heizsystem zu tauschen, denkt dabei eher kurz- bis mittelfristig: 80 % würden den Tausch innerhalb der nächsten fünf Jahre vornehmen.
- Jene Personen, die keinen Heizungstausch andenken, begründen dies vor allem mit dem guten Zustand ihrer aktuellen Heizung (88 %).
- 45 % der Teilnehmer:innen glaubt, mittelmäßiges Wissen zum Thema „Heizungstausch“ zu haben.
- Die Wärmepumpe wäre für die Befragten die attraktivste Alternative zu ihrem derzeitigen Heizsystem (68 %).
- Mehr Informationen wünschen sich die Österreicher:innen zu den Förderhöhen (41 %), zu konkreten Tipps (37 %) und zu den Anschaffungskosten (32 %).
- Die Bekanntheit der 75 % Bundesförderung hat über die zwei Erhebungswellen an Bekanntheit gewonnen: im April kannten 32 % die Förderung, nun liegt der Anteil bei

39 %. Ähnliches gilt dafür, dass die Förderung für Haushalte mit geringem Einkommen bis zu 100 % beträgt.

- Das Interesse an der Förderung ist gleichzeitig etwas gesunken: im Frühjahr hatten noch 82 % Interesse an einer Inanspruchnahme, nun liegt das Interesse bei 72 %.
- Die Begründung für das geringere Interesse liegt auch hier wieder im guten Zustand der aktuellen Heizsysteme (47 %).
- Die Bewertung des eigenen Informationsstandes zum Thema „Raus aus Öl und Gas“ ist im Vergleich zur ersten Welle von 44 % auf 52 % gestiegen.
- Die anstehende Regierungsneubildung beeinflusst die Entscheidung für oder gegen den Heizungstausch bei 37 %.
- Als wichtigste Informationsquelle in Bezug auf den Heizungstausch nennen die Befragten Handwerker:innen bzw. das Gewerbe (83 %) und den Fachhandel (79 %). Die Website des Klimaministeriums wird mit mittlerer Wichtigkeit bewertet (55 %).
- 31 % haben in den vergangenen Monaten in den Medien Berichte zum Thema „Heizungstausch oder Kesseltausch“ wahrgenommen. Dieser Anteil ist im Vergleich zur ersten Welle leicht gestiegen (27 %).
- Am häufigsten wurden diese Berichte im TV (57 %), in Tageszeitungen (40 %) und im Internet (33 %) wahrgenommen.
- Inhaltlich können sich die meisten Befragten an das Thema „Förderungen“ (28 %) erinnern, 23 % können die Themen „Raus aus Öl und Gas“ sowie „Kesseltausch“ nennen.
- Knapp ein Viertel kann sich an die konkrete Kampagne erinnern. Die Mehrheit hat diese im TV (54 %) wahrgenommen, aber auch die Plakate sind einigen in Erinnerung geblieben (27 %).
- Insgesamt wird die Kampagne sehr positiv bewertet (72 %). Besonders hervorgehoben wird dabei, dass die Kampagne witzig und humorvoll (22 %) sowie ansprechend und auffällig (20 %) gestaltet ist.
- Kritiker:innen bewerten die Kampagne als kindisch (22 %) und einige finden auch das Design unpassend (16 %).

5 Statistische Analyse

In diesem Abschnitt werden die Ergebnisse der statistischen Analyse beschrieben.

5.1 Bedarf zum Heizungstausch

- Frauen stimmen signifikant eher zu, dass neben der Wertsteigerung auch der Umweltschutz und die Unabhängigkeit von fossilen Brennstoffen Hauptziele eines Heizungstausches wären.
- Für ältere Personen sind mit Blick auf neue Heizsysteme vor allem ein niedriger Wartungsaufwand, eine schnelle Installation und wenig Umbaumaßnahmen wichtig. Aber auch die Unabhängigkeit von fossilen Brennstoffen ist für sie ein zentrales Thema.

5.2 Hinderungsgründe

- Männer berichten eher, dass der Zustand der Heizung trotz des Alters ihrer Immobilie weiterhin zu gut sei, um einen Heizungstausch in Erwägung zu ziehen.
- Personen mit niedrigerem Einkommen sehen Hinderungsgründe vor allem in der eigenen finanziellen Situation sowie in der aktuellen Inflation.
- Jüngere Teilnehmer:innen besitzen oft neuwertigere Häuser, wodurch sie einen Heizungstausch als noch nicht notwendig erachten.

5.3 Stellenwert verschiedener Informationsquellen

- Für jüngere Befragte haben vor allem Online-Angebote, Social Media und Influencer:innen bzw. Expert:innen einen höheren Stellenwert bei der Informationsbeschaffung.

5.4 Wellenvergleich

- Befragte der ersten Welle stimmten signifikant eher zu, dass ein Heizungstausch ein komplexes Vorhaben ist, welches viel Zeit erfordert. Zudem war die damalige Inflation ein stärkerer Hinderungsgrund als aktuell.
- Personen, die während der ersten Welle befragt wurden, zeigten höheres Interesse an der Förderung für den Heizungstausch.
- Für sie hatten Suchmaschinen, Websites und Tipps von Herstellern sowie Websites mit Energiesparthemen im Internet einen höheren Stellenwert bei der Informationsbeschaffung.

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 Gesamtzustand des Hauses	9
Abbildung 2 Art der Heizung 1.Welle	10
Abbildung 3 Art der Heizung 2. Welle	11
Abbildung 4 Nutzung sonstiger erneuerbarer Energieformen	12
Abbildung 5 Alter des bestehenden Heizsystems	13
Abbildung 6 Einschätzung der Heizkosten	14
Abbildung 7 Einschätzung der Höhe der Heizkosten	15
Abbildung 8 Zufriedenheit mit aktuellem Heizsystem.....	16
Abbildung 9 Gründe für Unzufriedenheit	17
Abbildung 10 Überlegungen zum Heizungstausch.....	18
Abbildung 11 Gründe/ Ziele für Heizungstausch 1. Welle	19
Abbildung 12 Gründe / Ziele für Heizungstausch 2. Welle	20
Abbildung 13 Gründe / Ziele für Heizungstausch 1. Welle	21
Abbildung 14 Gründe / Ziele für Heizungstausch 2. Welle	22
Abbildung 15 Weitere Gründe für Heizungstausch	23
Abbildung 16 Zeitraum für Heizungstausch	24
Abbildung 17 Hinderungsgründe 1. Welle	25
Abbildung 18 Hinderungsgründe 2.Welle	26
Abbildung 19 Hinderungsgründe 1.Welle	27
Abbildung 20 Hinderungsgründe 2.Welle	28
Abbildung 21 Wissen zum Thema „Heizungstausch“	29
Abbildung 22 Alternative Heizsysteme 1.Welle.....	30
Abbildung 23 Alternative Heizsysteme 2.Welle.....	31
Abbildung 24 Informationsbedarf zum Heizungstausch/Kesseltausch	32
Abbildung 25 Bekanntheit der Förderung.....	33
Abbildung 26 Bekanntheit der Beratung 1.Welle	34
Abbildung 27 Bekanntheit der Beratung 2.Welle	35
Abbildung 28 Interesse an Förderung.....	36
Abbildung 29 Gründe für Ablehnung	37
Abbildung 30 Informationsstand „Raus aus Öl und Gas“.....	38
Abbildung 31 Betrachtung der Inanspruchnahme bei Erhöhung der Förderung 2024/25 .	39
Abbildung 32 Betrachtung der Inanspruchnahme bei Veränderung der Förderung.....	40
Abbildung 33 Stellenwert verschiedener Informationsquellen 1.Welle.....	41
Abbildung 34 Stellenwert verschiedener Informationsquellen 2.Welle.....	42
Abbildung 35 Stellenwert verschiedener Informationsquellen 1.Welle.....	43

Abbildung 36 Stellenwert verschiedener Informationsquellen 2.Welle.....	44
Abbildung 37 Erinnerung an Kampagne/Werbung (ungestützt)	45
Abbildung 38 Medien und Werbekanäle (ungestützt).....	46
Abbildung 39 Wahrgenommene Inhalte (ungestützt)	47
Abbildung 40 Erinnerung an Kampagne/Werbung (gestützt)	48
Abbildung 41 Ort der Wahrnehmung der Werbung/Kampagne	49
Abbildung 42 Bewertung der Kampagne	50
Abbildung 43 Gründe für eine gute bzw. sehr gute Bewertung der Kampagne/Werbung .	51
Abbildung 44 Gründe für eine weniger bzw. überhaupt nicht gute Bewertung der Kampagne/Werbung	52

**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