

## Erdgas: Wunschenergie mit stabil positiver Wahrnehmung

Zehn Erkenntnisse zum Image von Erdgas im Wärmemarkt  
Ergebnisse der Positionierungsstudie Erdgas 2019



## Erkenntnis 01



Erdgas bleibt die  
Wunschenergie  
Nummer eins für die  
Beheizung von  
Wohnungen.

03

## Erkenntnis 02



Die Kombination  
von Energiearten  
trifft auf konstant  
hohes Interesse.

04

## Erkenntnis 03



Wirtschaftlichkeit  
und Energieeffizienz  
sind für Eigenheim-  
besitzer weiterhin das  
wichtigste Kriterium  
bei der Wahl des  
Energieträgers.

05

## Erkenntnis 04



Die positive  
Positionierung  
von Erdgas bleibt  
auf stabil hohem  
Niveau.

06

## Erkenntnis 05



Erdgas behauptet sich  
erfolgreich im Wettbewerb  
der Energieträger.

07

## Erkenntnis 06



Persönliche Energiewende:  
Heizungsmodernisierung liegt erstmals  
vor Wärmedämmung.

08

## Erkenntnis 07



Energieversor-  
gungsunternehmen  
im Umfeld von  
Schornsteinfegern  
und Architekten be-  
züglich Kompetenz  
und Neutralität.

09

## Erkenntnis 08



Förderung kann die  
Entscheidung zur Heizungs-  
modernisierung positiv  
beeinflussen.

10

## Erkenntnis 09



Erneuerbares Gas gewinnt  
an Attraktivität.

11

## Erkenntnis 10



Erdgasmarke verwenden  
und weiter stärken.

12

## Erkenntnis 01 Erdgas bleibt die Wunschenergie Nummer eins für die Beheizung von Wohnungen.



ZUR  
ÜBERSICHT



Erdgas ist gemeinsam mit Heizöl der bekannteste Energieträger. Die ungestützte Bekanntheit liegt bei 97, die gestützte Bekanntheit sogar bei 100 Prozent. Mehr als drei Viertel der Befragten fühlen sich über die beiden Energieträger gut bis sehr gut informiert.

### Die Nummer eins im deutschen Wärmemarkt

Im Wärmemarkt kann Erdgas seine Stellung als beliebteste Wunschenergie weiterhin behaupten. Unter den befragten Erdgasnutzern würden sich 75 Prozent erneut für Erdgas entscheiden. Das entspricht zwar einem Rückgang von sieben Prozent zum Jahr 2018, der Wert liegt damit allerdings wieder auf demselben Niveau wie in den vorangegangenen Jahren und wird durch den Anstieg bei Erdgas und Solar als Wunschenergie sogar überkompensiert: Die Verknüpfung beider Heizsysteme ist für 19 Prozent der Befragten attraktiv. Das entspricht einem Plus von zehn Prozentpunkten im Vorjahresvergleich.

Bei der Wahl einer neuen Heizung würden sich also insgesamt rund 94 Prozent der aktuellen Erdgasnutzer erneut für eine Erdgasheizung oder für ein kombiniertes Heizsystem aus Erdgas und Solarthermie entscheiden.

### 52 Prozent favorisieren Lösungen mit Erdgas

Unter allen befragten Hauseigentümern – also auch denjenigen, die aktuell nicht mit Erdgas heizen – bevorzugen 42,1 Prozent Erdgas als Heizenergie. Damit erzielt Erdgas auch in dieser Gruppe den Spitzenwert. Nimmt man den Anteil derjenigen im Gesamtmarkt hinzu, die eine Kombination aus Erdgas und Solarthermie favorisieren, kommen gasbasierte Lösungen zusammen auf 52 Prozent.

Auch bei den befragten Nutzern von Heizöl zeigt sich ein steigendes Interesse an Erdgas: Hier stieg die Beliebtheit von 9,3 Prozent auf 16,8 Prozent.

Erneut bestätigt hat sich in der aktuellen Befragung die hohe Loyalität der Erdgasnutzer zum Energieträger: Selbst wenn sich fossile Energien durch gesetzliche Initiativen verteuern würden, bliebe die Mehrzahl bei Erdgas und würde versuchen, Energie einzusparen oder die Heizung zu modernisieren. Bei Heizölnutzern ist die Bereitschaft zu einem Wechsel auf einen anderen Energieträger im Falle steigender Preise höher.

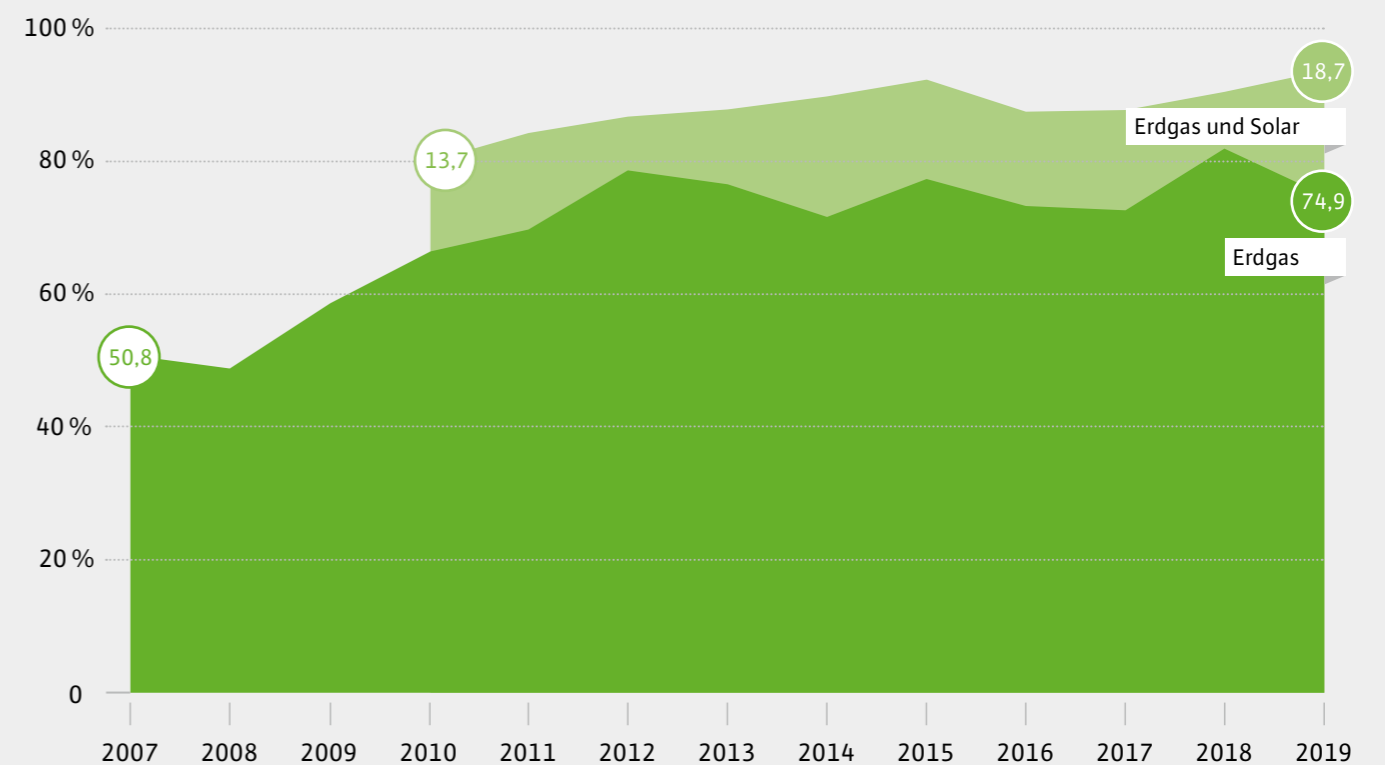
### Preisgünstig und komfortabel

Das anhaltend stabile Beliebtheitsniveau von Erdgas als Heizenergie begründet sich vor allem in den günstigen Kosten im Vergleich zu anderen Energieträgern. Hinzu kommen Faktoren wie hoher Komfort und die einfache Kombinierbarkeit mit anderen Heizsystemen.

### Handlungsempfehlung des BDEW

Das positive Image von Erdgas ist in der Bevölkerung fest verankert. Das zeigt sich auch in der Beliebtheit von Erdgas als Energieträger für neue Heizungen: Nach Zahlen des Bundesverbandes der Deutschen Heizungsindustrie (BDH) werden 78,5 Prozent der 2019 neu installierten oder modernisierten Heizungen mit Erdgas betrieben.

### Für Nutzer bleibt Erdgas die klar favorisierte Heizenergie



Fast 94 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? – Basis: Haushalte, die Erdgas als Hauptheizenergie nutzen*

Die Mehrheit der Eigenheimbesitzer nutzt Erdgas bereits zur Deckung des persönlichen Heizwärmebedarfs und möchte dies auch weiterhin tun. Somit bietet sich eine sehr gute Basis, um die Kommunikation der Vorteile des Energieträgers hinsichtlich Kosteneffizienz, Klimaschonung und Zukunftsfähigkeit der Gasheiztechnologien weiterzuführen und auszubauen. Hierbei sollte die besonders beliebte Kombination aus Erdgas und

Solarthermie weiterhin mit im Fokus stehen. Sie lässt sich ebenso wie die zukünftig wachsende Erneuerbarkeit des Energieträgers nutzen, um das Image von Erdgas weiter positiv aufzuladen. Daneben behalten die klassischen Argumente pro Gas wie der hohe Komfort ihr Gewicht in der Kommunikation. Die neue Marke Erdgas kann hier unterstützen (siehe [Erkenntnis 10](#)).

**Erkenntnis 02**

# Die Kombination von Energiearten trifft auf konstant hohes Interesse.



ZUR  
ÜBERSICHT  
↑

61 Prozent der befragten Hauseigentümer finden die Kombination von verschiedenen Energiearten besonders attraktiv: Das ist ein leichter Anstieg gegenüber dem Vorjahr.

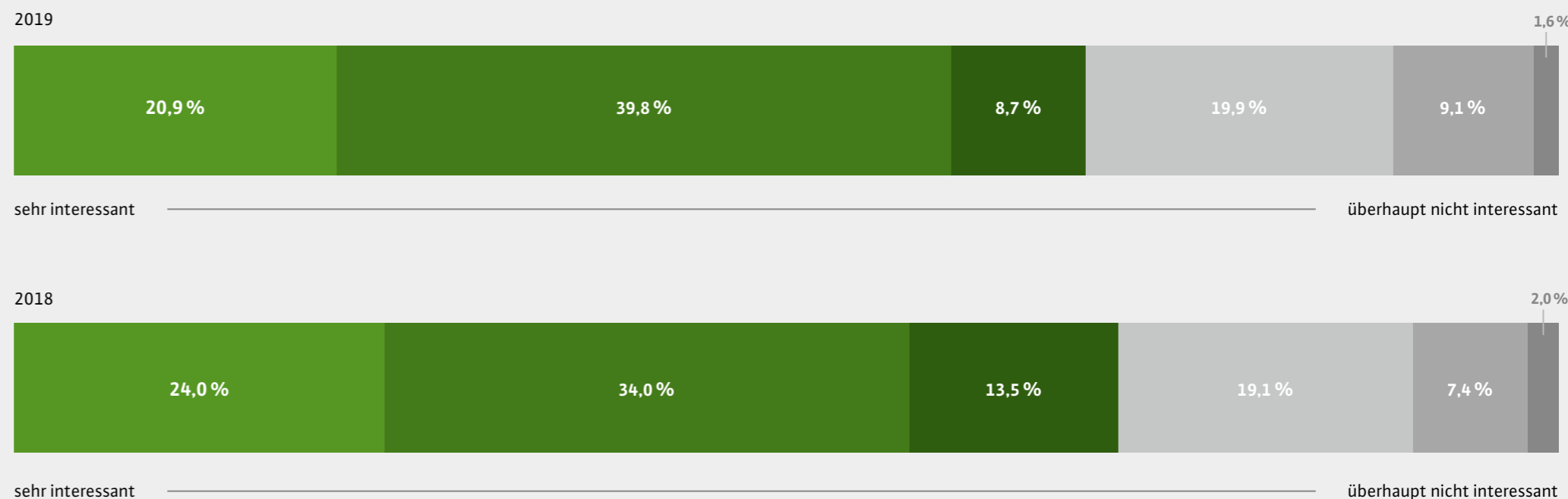
Bei der Frage, mit welcher Heizenergie bzw. Energieart die Eigentümer ihr Haus am liebsten beheizen würden, ist die Lösung Erdgasheizung und Solarthermie-Anlage die am häufigsten genannte Kombinationsmöglichkeit: 9,7 Prozent nennen sie als bevorzugte Energieart. Damit liegt sie deutlich vor der elektrischen Wärmepumpe (6,2 Prozent) und den anderen Kombinationsmöglichkeiten zwischen Heizgerät und Solarthermie (Heizöl und Solar: 4,0 Prozent; (Holz-)Pellets und Solar: 1,4 Prozent; Wärmepumpe und Solar: 1,2 Prozent).

### Unabhängig, effizient und umweltfreundlich

Für die hohe Beliebtheit der Kombination von Erdgas und Solar gaben die Befragten vor allem drei Gründe an: Die Lösung steht aus ihrer Sicht für Unabhängigkeit, Versorgungssicherheit und Flexibilität. Als stärkstes Argument gegen die Anschaffung einer kombinierten Heizlösung nannten die Befragten die höheren Investitionskosten im Vergleich zu anderen Heizlösungen.

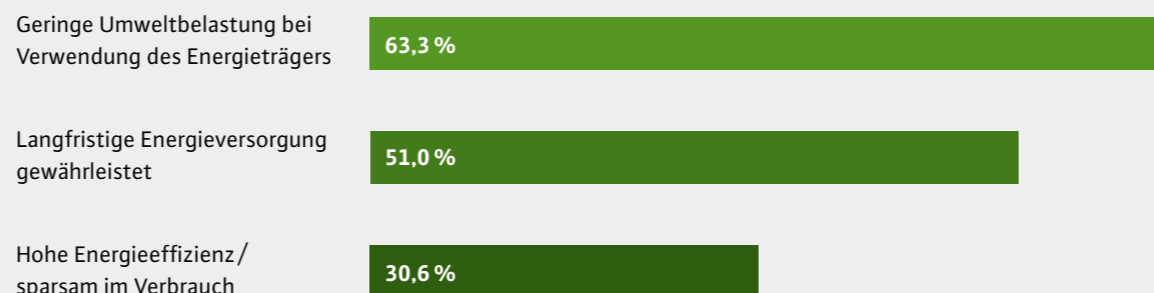
In den Detailergebnissen der Befragung zeigt sich, dass kombinierte Heizsysteme vor allem die Gruppe der einkommensstarken Meinungsführer ansprechen.

### Konstant hohes Interesse an der Kombination von Energiearten bei der Hausbeheizung



*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?*

### Umweltfreundlichkeit und Versorgungssicherheit als Hauptargumente für Erdgas & 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

Der deutliche Anstieg der Beliebtheit von Erdgas und Solar (siehe Erkenntnis 01) im Vergleich zum Vorjahr bietet sich an, um das Thema weiterhin als Schwerpunkt in der Kommunikation zu setzen. Dabei lassen sich die gute Kombinierbarkeit, der relativ unkomplizierte Einbau und die staatliche Förderung bei Heizungsmodernisierungen argumentativ nutzen. Das Thema Solar bietet außerdem die Möglichkeit, die positive Aufladung des Markenkerns „klimaschonend“ zu steigern. Da die Kombination besonders bei einkommensstärkeren Eigenheimbesitzern beliebt ist, ergibt sich hier die Möglichkeit einer besonders gezielten Kundenansprache.

**Erkenntnis 03**

# Wirtschaftlichkeit und Energieeffizienz sind für Eigenheimbesitzer weiterhin das wichtigste Kriterium bei der Wahl des Energieträgers.



ZUR  
ÜBERSICHT  
↑

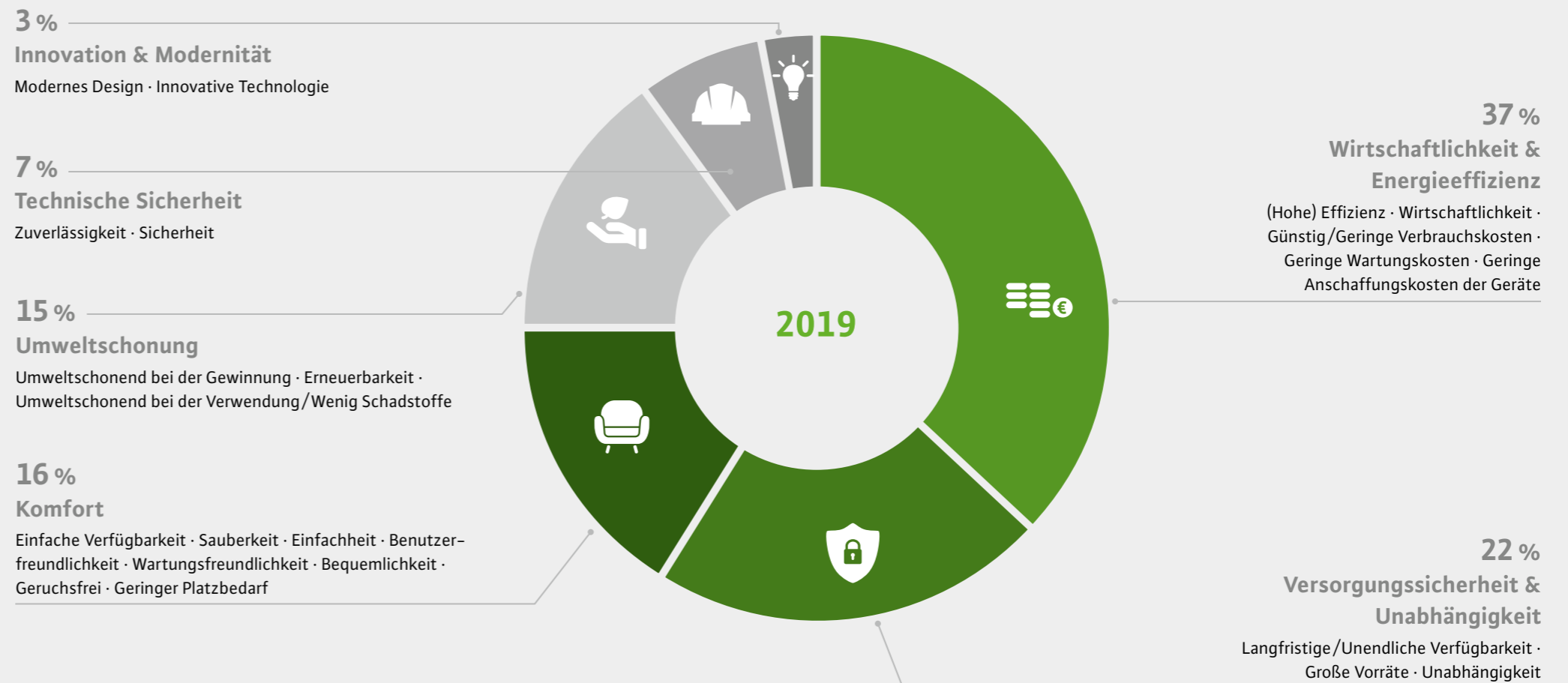
Die Relevanz der Kriterien, nach denen die befragten Eigenheimbesitzer einen Energieträger bewerten, weist auch im Jahr 2019 dieselbe Rangfolge auf: Wer sich für einen Energieträger entscheidet, hat vor allem dessen Wirtschaftlichkeit und Energieeffizienz im Blick. Dieses Kriterium umfasst dabei sowohl günstige Verbrauchskosten als auch geringe Investitionskosten bei der Anschaffung der Heizanlage. Insgesamt ist für 37 Prozent der Befragten die Wirtschaftlichkeit und Energieeffizienz besonders wichtig, was einem Zuwachs von einem weiteren Prozentpunkt im Vergleich zum Vorjahr entspricht.

An der zweiten Stelle folgt mit 22 Prozent der Aspekt Versorgungssicherheit und Unabhängigkeit, der unter anderem die langfristige Verfügbarkeit des Energieträgers umfasst. Damit liegt die Bewertung nur knapp unter dem Vorjahreswert, bleibt allerdings weiterhin auf einem hohen Niveau. Der Komfort, den die Anwendung des Energieträgers ausmacht, war für 16 Prozent der Befragten, die Umweltschonung für 15 Prozent der Befragten am wichtigsten.

**Gewichtung entspricht den Vorjahren**

Die Positionierungskriterien wurden im Vorfeld der ersten Positionierungsstudie 2007 gebildet. Bereits damals lag das Kostenargument bei den Befragten an erster Stelle. Die grundsätzliche Gewichtung der Bewertungskriterien hat sich auch insgesamt gegenüber den Vorjahren kaum verändert. Hier zeigt sich auch, dass ein öffentlich zuletzt breit diskutiertes Thema wie Umwelt- und Klimaschutz für die große Mehrheit der Eigenheimbesitzer weiterhin nicht das primäre Entscheidungskriterium darstellt.

**Was Hausbesitzern bei ihrem Energieträger wichtig ist: Anforderungen und Produkteigenschaften**



*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?*

**Handlungsempfehlung des BDEW**

Der Kostenvorteil von Erdgas kann je nach aktueller Preissituation sehr gut als Argument in der Kommunikation gegenüber den Kunden eingesetzt werden. Allerdings sollten in der Werbung und Kundenansprache auch weitere Argumente aus verschiedenen Positionierungskriterien im Fokus stehen: zum Beispiel Umweltschonung, Kombinierbarkeit mit Erneuerbaren Energien oder Komfort.

# Erkenntnis 04 Die positive Positionierung von Erdgas bleibt auf stabil hohem Niveau.



## 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 ist bei den Befragten nach wie vor sehr positiv. Im Vorjahr – also bei der Befragung 2018 – hatte sich das Image von Erdgas in allen Positionierungskriterien verbessern können. Diese Entwicklung hat sich im Jahr 2019 zwar nicht in dem Maße fortgesetzt. Zuwächse gab es aber noch im Bereich Versorgungssicherheit und Unabhängigkeit sowie im Bereich Komfort.

**Komfort als ein wesentliches Argument**  
Erdgas als Energieträger steht nach wie vor primär für Komfort und wird gerade hinsichtlich des geringen Platzbedarfs der Heizungsanlage, der einfachen Handhabung und des nicht vorhandenen individuellen Beschaffungsaufwandes positiv bewertet. Komfort ist aber bei weitem nicht das einzige Argument pro Erdgas: Der Energieträger wird auch als sicher, modern und wirtschaftlich wahrgenommen.

Beim Thema Wirtschaftlichkeit und Energieeffizienz – für die Befragten das wichtigste Kriterium bei der Wahl des Energieträgers – zeigen sich im Vorjahresvergleich geringe Verschlechterungen bezüglich des Faktors „Preiswerte Energie“; gleichwohl wird Erdgas im Vergleich zu anderen Energieträgern als wirtschaftlichster und effizientester Energieträger wahrgenommen (siehe Erkenntnis 05).

**Umweltdebatte drückt Imagewerte**  
Die leicht verschlechterte Wahrnehmung des Faktors „Erneuerbarkeit“ ist primär verantwortlich für den Rückgang für Erdgas beim Kriterium Umweltschonung. Die intensivere Umweltdebatte und die zunehmend kritische Sichtweise auf fossile Energieträger zeigt hier erste Auswirkungen: Teilweise besteht die unterschwellige Angst vor einer möglichen Entwertung bewährter Heizenergien und da-

mit einer Herabsetzung ihrer Nutzer, ähnlich wie in der Kreuzfahrt- und SUV-Diskussion.

**Hinweise auf Maßnahmen**  
Diese Entwicklung schlägt auch beim Kriterium Innovation und Modernität durch: „Zukunftssicherheit“ und „Modernität“ von Erdgas werden kritischer beurteilt als im Vorjahr. Die Einbußen in den genannten Kriterien sind wichtige erste Anhaltspunkte, die Hinweise auf mögliche Maßnahmen zum Gegensteuern geben.

**Erdgas als technologischer Anker**  
Die interpretative Evaluation der Interviewinhalte und -verläufe zeigt allerdings auch: Erdgas wird in einer Zeit schneller Veränderungen auch als ein technologischer Anker angesehen. Die Befragten schätzen den Energieträger als langjährigen verlässlichen Begleiter.

## Handlungsempfehlung des BDEW

Um das gute Image von Erdgas zu festigen und weiter zu verbessern, ist es sinnvoll, die Kommunikation auch weiterhin auf die Verbesserung der Positionierung in den Bereichen Wirtschaftlichkeit und Energieeffizienz, Versorgungssicherheit und Unabhängigkeit, Umweltschonung sowie Innovation und Modernität auszurichten.

Auch wenn bewährte Heiztechniken wie Erdgas-Brennwert als eine Art Sicherheitsanker in einer sich rasch verändernden Zeit wahr-

genommen werden, sollten auch Innovations-themen für die Positionierung von Erdgas als zukunftsfähigen Energieträger kommuniziert werden.

Leuchtturm-Technologien lassen sich zur positiven Aufladung von Erdgas in den Bereichen Innovation, Umwelt und Zukunftsfähigkeit nutzen. Dabei ist es wichtig, gegenüber dem Endkunden verständliche Begriffe und Bezeichnungen zu verwenden. Der neue Erdgas-Markenclaim „Für gutes Klima“ (siehe Erkenntnis 10) liefert hierfür gute Anhaltspunkte.



# Erkenntnis 05 Erdgas behauptet sich erfolgreich im Wettbewerb der Energieträger.



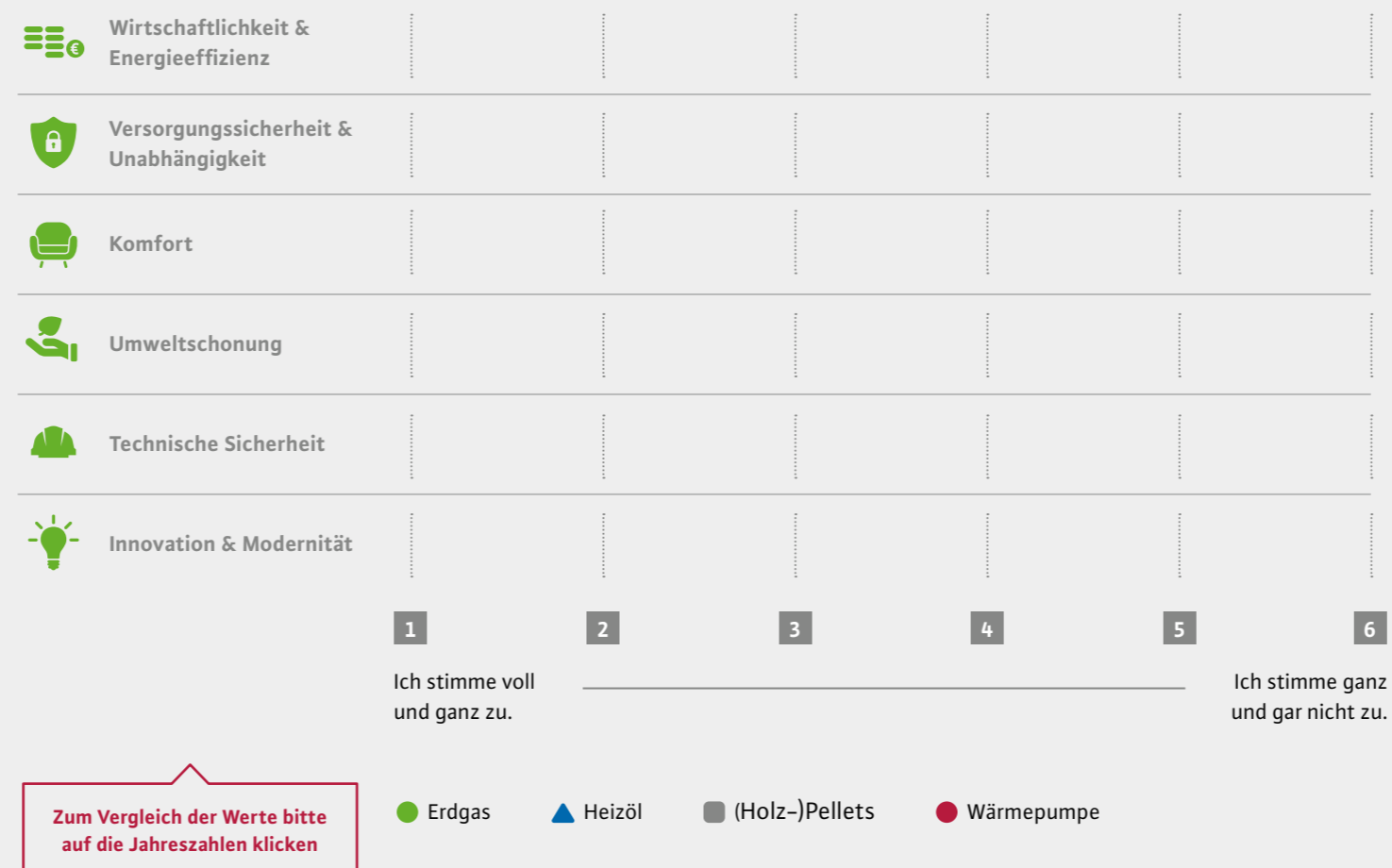
Erdgas steht im Wärmemarkt im Wettbewerb mit Heizöl, (Holz-)Pellets und der elektrischen Wärmepumpe. In diesem Wettbewerb ist der Energieträger nach wie vor sehr erfolgreich.

**Deutliche Imagevorteile gegenüber Heizöl**  
Im Vergleich zu Heizöl ist Erdgas in allen Dimensionen besser positioniert. Vor allem der Komfort wird von den Befragten bei Erdgas deutlich positiver eingeschätzt. Auch Umweltschonung, Innovation und Modernität, Versorgungssicherheit sowie Wirtschaftlichkeit und Energieeffizienz weisen in der Wahrnehmung deutliche Unterschiede zugunsten von Erdgas auf.

**Komfortplus im Vergleich zu (Holz-)Pellets**  
Beim Komfort – also dem leichten Zugang zum Brennstoff und der einfachen Handhabung der Heizanlage – zeigen sich auch die größten Differenzen bei der Bewertung von Erdgas und (Holz-)Pellets: Hier wird Erdgas deutlich positiver bewertet. In den meisten anderen Positionierungskriterien liegen die beiden Energieträger in etwa gleichauf; beim relevantesten Kriterium Wirtschaftlichkeit mit leichten Vorteilen für Erdgas. Lediglich bei Umweltschonung sowie bei Versorgungssicherheit und Unabhängigkeit schneiden Pellet-Heizungen in der Bewertung besser ab.

**Auf einem Niveau mit der Wärmepumpe**  
Erdgas und elektrische Wärmepumpe bewegen sich in vielen Positionierungskriterien auf ähnlichem Niveau: bei Wirtschaftlichkeit, Technischer Sicherheit sowie bei Innovation und Modernität. Bei Versorgungssicherheit

## 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.

und Umweltschonung zeigen sich Vorteile für die Wärmepumpe, während Erdgas hinsichtlich des Komforts etwas positiver beurteilt wird.

**Stärken: Komfort und Wirtschaftlichkeit**  
Betrachtet man die sechs Kriterien jeweils für sich und vergleicht die Werte für 2019 mit denen der Befragung im Vorjahr, kann Erdgas seine Führungspositionen bei Wirtschaftlichkeit und bei Komfort behaupten. Auch bei den

Kriterien Technische Sicherheit sowie Innovation und Modernität liegt Erdgas im Spitzenfeld. Beim Thema Versorgungssicherheit und Unabhängigkeit hat Erdgas den Abstand zu den Wettbewerbern verkürzt, beim Kriterium Umweltschonung ist der Abstand gleichgeblieben. Bei letzterem Kriterium liegt Erdgas in der Betrachtung trotz der anhaltenden Umweltdiskussion auf einem stabilen Niveau im Vergleich zu den Vorjahren.

**Langzeittrend: positive Entwicklung**  
In der Langzeitbetrachtung konnte der Energieträger Erdgas gegenüber der ersten Befragung 2007 sein Image klar verbessern. Gerade bei Wirtschaftlichkeit und Energieeffizienz sowie bei Versorgungssicherheit und Unabhängigkeit hat Erdgas damals noch bestehenden Wettbewerbsnachteile aufholen und zum Teil in Führungspositionen umsetzen können.

## Handlungsempfehlung des BDEW

Erdgas ist die klar favorisierte Heizenergie im Wärmemarkt. Dies ist das Ergebnis des gemeinsamen Engagements der deutschen Gaswirtschaft für den Energieträger. Die Werbung und Kommunikation sollten daher fortgesetzt werden, um die Marktanteile und die Imagewerte im Wettbewerb mit den anderen Energieträgern auch in Zukunft behaupten zu können.

Auffällig ist die deutlich positivere Wahrnehmung von Erdgas im Vergleich zu Heizöl. Da der Anteil modernisierungsbedürftiger Heizanlagen bei Öl besonders hoch ist, bietet sich hier das Potenzial, neue Kundengruppen für Erdgas zu gewinnen. Dem kommt zugute, dass die Wechselbereitschaft bei Nutzern von Heizöl deutlich größer ist als bei anderen Energieträgern.

**Erkenntnis 06**

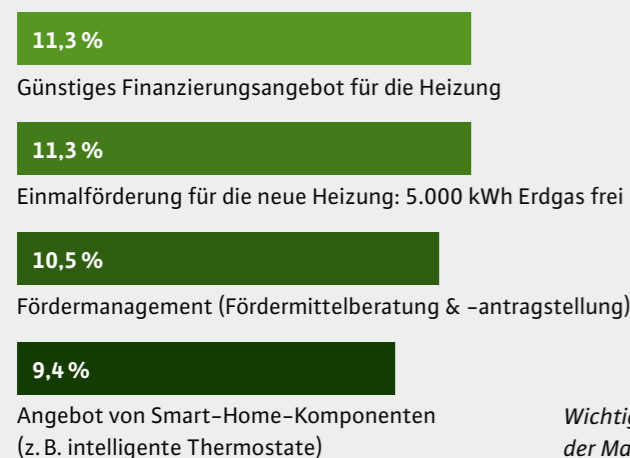
# Persönliche Energiewende: Heizungsmodernisierung liegt erstmals vor Wärmedämmung.



Bei der persönlichen Energiewende, das heißt bei der energetischen Optimierung der eigenen Immobilie, sieht die Mehrzahl der Befragten wie in den Vorjahren den bewussten Umgang mit Energie und das Energieeinsparen als wichtigste Maßnahme an. Mit 79,5 Prozent nannten diese Option sogar rund neun Prozent mehr als noch im Vorjahr.

Bei den Maßnahmen, die mit finanziellen Investitionen bei den Befragten verbunden sind, steht die Heizungsmodernisierung erstmals vor der Gebäudedämmung auf dem zweiten Platz. Mit 46,1 Prozent verzeichnete diese Modernisierungsoption einen deutlichen Sprung im Vergleich zum Vorjahr (35,4 Prozent). Das Interesse an der Wärmedämmung sank von 45,9 auf 41,4 Prozent. Ebenfalls als wichtig eingestuft wurde der Wechsel des Gastarifs auf einen Biogastarif. Diese Maßnahme würden mit 17,5 Prozent fast zehn Prozent mehr wählen als im Vorjahr (7,8 Prozent).

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



Wichtigkeit verschiedener Angebote / Ergebnisse der MaxDiff-Analyse; Auszug der TOP 4

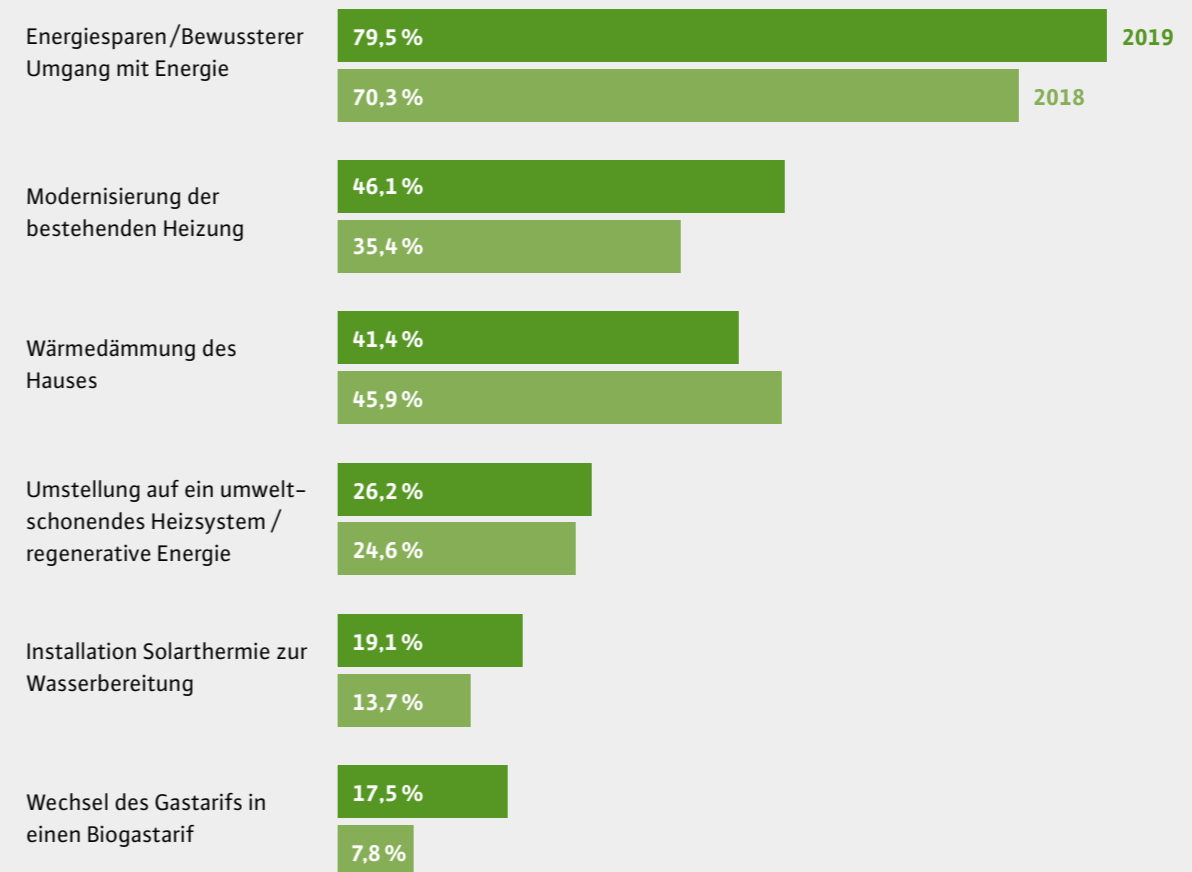
### Modernisierungsbereitschaft bleibt gering

Trotz des grundsätzlichen Bedeutungszuwachses bleibt die konkrete Bereitschaft zur Heizungsmodernisierung gering. Gerade einmal zwei Prozent der Befragten beabsichtigen eine Modernisierung in den kommenden zwölf Monaten. Neun Prozent können sich eine Modernisierung innerhalb der kommenden zwei Jahre vorstellen. Modernisiert wird vor allem dann, wenn die Heizung ein hohes Alter erreicht hat oder es den Wunsch nach Energiekosteneinsparung gibt. Die Kosten der Anschaffung sind im Gegenzug die größte Barriere, die die Heizungsmodernisierung verhindert. In den Einfamilienhäusern der Befragten sind Ölheizungen im Schnitt deutlich älter (13 Jahre) als Gasheizungen (zehn Jahre).

### Innovative Zusatzangebote im Aufwind

Bei den Energiedienstleistungen rund um die Heizungsmodernisierung sind günstige Finanzierungsangebote, Einmalförderungen und Fördermanagement die favorisierten Themen. Allerdings steigt das Interesse an innovativen Angeboten wie Smart-Home-Komponenten, Gebäudethermografie und Smart Metern. Smart-Home-Komponenten legten beispielsweise um rund zwei Prozentpunkte auf 9,4 Prozent zu. Das Interesse an Smart Metern verzeichnet ebenfalls einen leichten Anstieg von 7,2 auf 8,4 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.

### Handlungsempfehlung des BDEW

Der Bedeutungszuwachs des Themas Heizungsmodernisierung bietet eine gute Ausgangslage, um aus dem Interesse durch gezielte und intensivere kommunikative Maßnahmen eine tatsächliche Umsetzung werden zu lassen. Sinnvoll ist die Schaffung weiterer Anreizmechanismen.

Diese können neben einer rein finanziellen Unterstützung auch über Zusatzleistungen wie Beratung und Information zur Modernisierung oder Contracting-Angebote erfolgen. Ein weiterhin hoher Informationsbedarf besteht zudem im Bereich der verfügbaren Förderprogramme.



## Erkenntnis 07

## Energieversorgungsunternehmen im Umfeld von Schornsteinfegern und Architekten bezüglich Kompetenz und Neutralität.



Für den Heizungskauf gibt es heute vielfältige Möglichkeiten. Sie reichen vom klassischen SHK-Fachhandwerker über die Hersteller und die Energieversorgungsunternehmen bis hin zum Online-Anbieter. Erstmals wurden in der Positionierungsstudie 2019 auch Schornsteinfeger und Architekten als mögliche Berater bei der Entscheidung für eine neue Heizungsanlage erfasst. Hinsichtlich Kompetenz und Neutralität werden all diese Bezugsquellen und Ratgeber von den Befragten unterschiedlich bewertet.

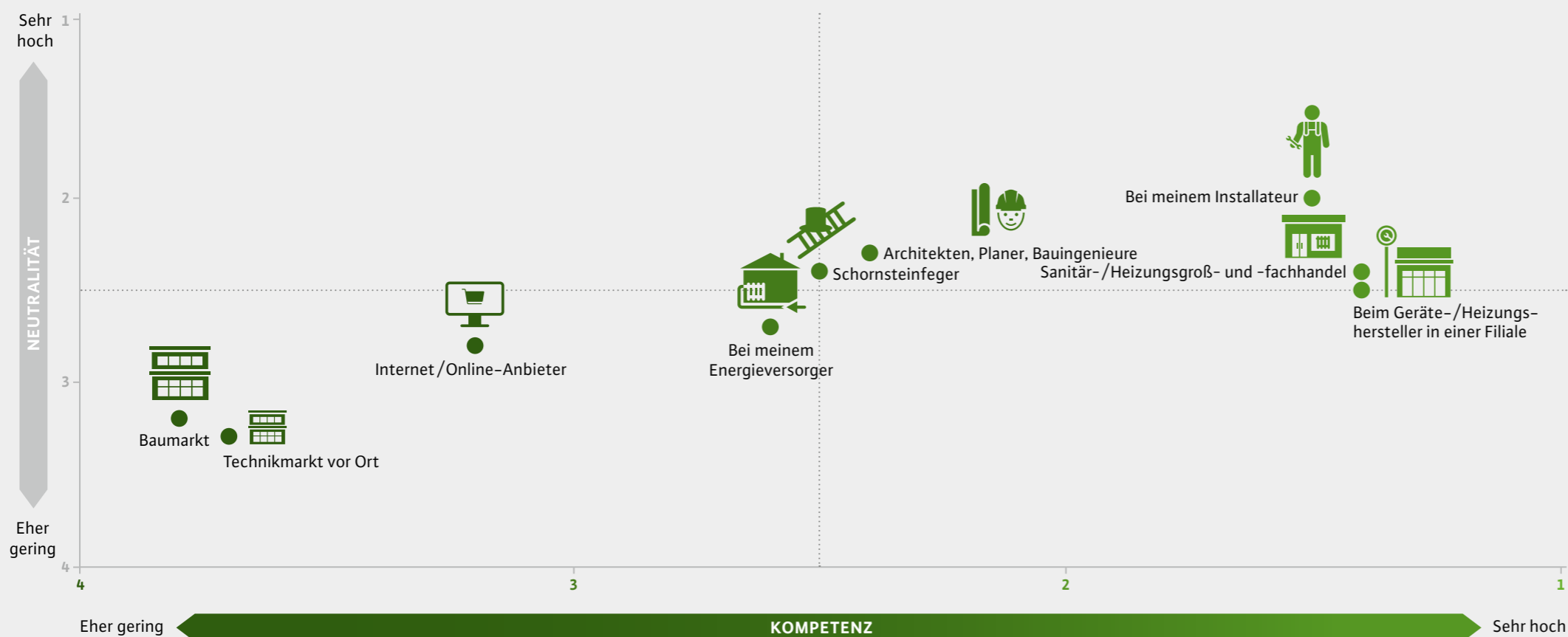
**Berater und Bezugsquellen im Vergleich**

Die Energieversorgungsunternehmen stehen in der Einschätzung der Kunden hinsichtlich der beiden Kriterien im Mittelfeld und somit im Umfeld von Architekten, Planern und Bauingenieuren sowie Schornsteinfegern. Den Geräteherstellern wird eine ähnlich hohe Neutralität zugesprochen, wobei sich hier zusätzlich große Vorteile in puncto Kompetenz zeigen. Die Installateure weisen in der Einschätzung die höchste Neutralität und neben der Geräteindustrie die beste Kompetenz auf.

Baumärkte und Technikmärkte vor Ort schneiden in der Betrachtung sowohl bei Kompetenz als auch bei Neutralität am schlechtesten ab. Auch der Internet- und Online-Handel wird diesbezüglich eher zurückhaltend bewertet. Aktuell können sich aber immerhin schon 23 Prozent der Hausbesitzer einen Heizungskauf über einen Online-Händler vorstellen. Damit ist dieser Wert im Vergleich zu 2018 um fünf Prozentpunkte gestiegen.

**Ausbaufähige Bekanntheit der innovativen Heiztechnologien**

Die gestützte und ungestützte Bekanntheit innovativer Heiztechniken ist nach wie vor ausbaufähig. Gestützt ist die Gas-Wärmepumpe 46,5 Prozent der Befragten bekannt. 25 Prozent kennen die Brennstoffzellentechnologie. Die „Strom erzeugende Heizung“ ist 21 Prozent ein Begriff und liegt damit deutlich vor den Begriffen BHKW (16 Prozent) und Mikro-KWK (8,5 Prozent). Dies zeigt die hohe Bedeutung einer verständlichen und zur Technologie passenden Terminologie, die sich schließlich in einer hohen Akzeptanz von Seiten des Verbrauchers auszahlt.

**Kauf der Heizung beim Energieversorger vorstellbar****Handlungsempfehlung des BDEW**

Markpartner, insbesondere das SHK-Gewerbe, haben durch die ihnen zugesprochene hohe Kompetenz eine wichtige Funktion als Multiplikator und Meinungsführer beim Heizungskauf. Die Zusammenarbeit mit ihnen sollte daher fortgesetzt und intensiviert werden, beispielsweise zum Ausbau der Bekanntheit innovativer Gas-Technologien. Diese Technologien laden den Energieträger Erdgas weiter positiv auf in den Positionierungsdimensionen Innovation, Umwelt und Zukunftsfähigkeit.

Energieversorger sollten beim Heizungsverkauf die eigene Neutralität und Kompetenz in den Mittelpunkt rücken. Das kann durch Zusatzleistungen wie Contracting oder Energieberatungen geschehen. Außerdem stärkt eine Kommunikation zu Innovations- und Förderthemen die Kundenwahrnehmung der Kompetenz des Energieversorgers.

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)

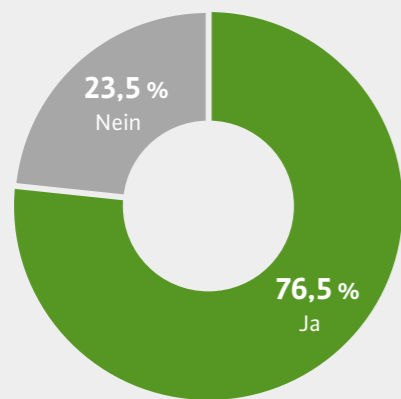
# Erkenntnis 08 Förderung kann die Entscheidung zur Heizungsmodernisierung positiv beeinflussen.



Eine Förderung kann ein ausschlaggebendes Kriterium sein, damit Eigenheimbesitzer die Entscheidung für einen Heizungstausch treffen. Umso wichtiger ist eine hohe Bekanntheit der zur Verfügung stehenden Programme. 76,5 Prozent der befragten Hausbesitzer im gasberohrten Gebiet gaben an, grundsätzlich die Existenz von Fördermitteln zu kennen. Damit ist die Bekanntheit im Vergleich zum Vorjahr leicht gestiegen: 2018 lag die Zahl noch bei 71,3 Prozent.

Die Bekanntheit unterschiedlicher Förderangebote ist jedoch sehr ungleich verteilt. Die staatliche Förderung über die Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) erzielt mit einem ungestützten Bekanntheitsgrad von 57 Prozent den höchsten Wert. Daneben kannten 37,5 Prozent Förderungen durch Bundesländer und Kommunen, 15,9 Prozent die Förderung durch den Energieversorger und 10,6 Prozent Förderungen durch Heizgerätehersteller.

### Die Mehrheit der Eigenheimbesitzer ist sich der Existenz von Förderangeboten bewusst



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

### Förderprogramme der Energieversorger mit Steigerungspotenzial

Bei der gestützten Bekanntheit – also der Abfrage der Bekanntheit konkreter Förderangebote – fallen die Ergebnisse deutlich höher aus. So kennen rund drei Viertel aller Befragten die allgemeine Förderung durch die KfW. Neben der KfW gibt es mit dem Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA) eine zweite Stelle zur Vergabe staatlicher Fördermittel für den Heizungstausch. Deren Förderangebote sind mit einer ungestützten Bekanntheit von 5,6 Prozent weitgehend unbekannt. Auch die gestützte Bekanntheit ist mit 19,7 Prozent geringer als die von Förderangeboten anderer Vergabestellen.

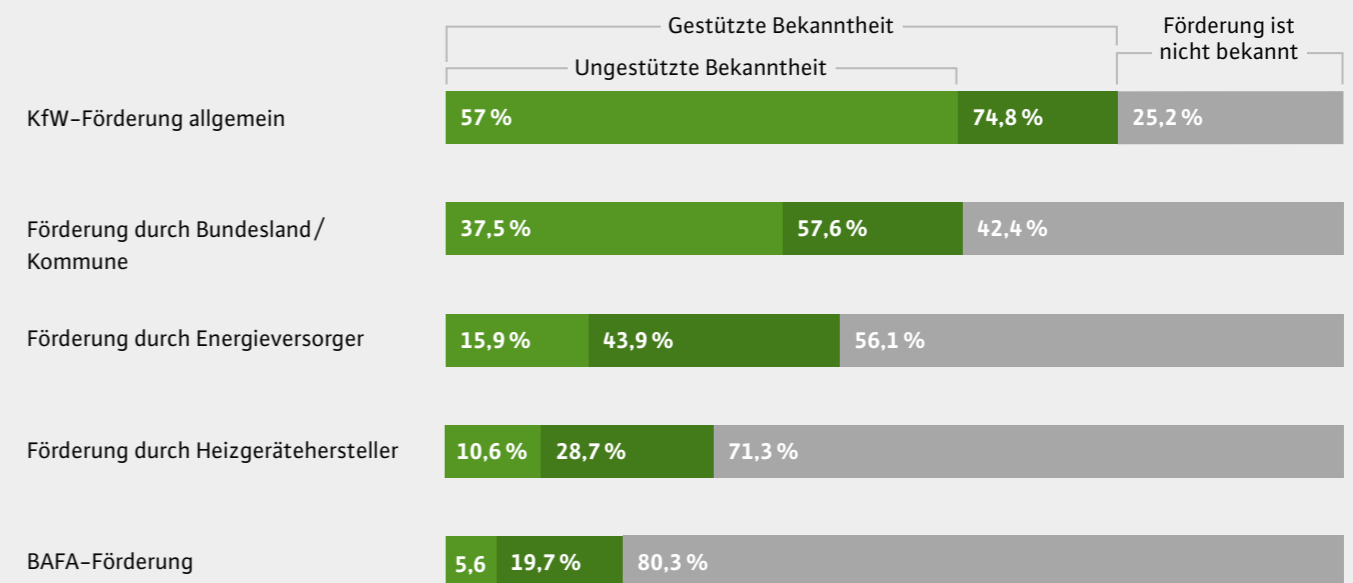
Die Förderprogramme der Energieversorgungsunternehmen liegen mit einer gestützten Bekanntheit von 43,9 Prozent auf dem Vorjahresniveau. Die Bekanntheit dieser Angebote – wie auch der Förderprogramme insgesamt – ist damit weiterhin ausbaufähig, zumal eine Bekanntheit der Förderung durch das Energieversorgungsunternehmen auch die Präferenz für einen Heizungskauf beim Energieversorger erhöht.

### Handlungsempfehlung des BDEW

Es kann sich für ein Energieversorgungsunternehmen auszahlen, Förderangebote und zusätzliche Leistungen wie ein Fördermanagement in das eigene Dienstleistungsportfolio aufzunehmen. Die Kommunikation entsprechender Angebote hilft dabei, als neutraler und kompetenter Ansprechpartner für das Thema Heizungstausch wahrgenommen zu werden. Die Kommunikation staatlicher Förderangebote von KfW und BAFA sowie der

eigenen Angebote des Energieversorgers kann bei Eigenheimbesitzern als Treiber für die Bereitschaft zur Heizungsmodernisierung dienen. Dazu trägt auch bei, dass die staatlichen Förderangebote für den Einbau neuer Gasheizungen in Kombination mit Erneuerbaren seit Anfang 2020 deutlich verbessert worden sind. Ein neuer Informationsflyer des BDEW beantwortet alle wesentlichen Fragen zur aktuellen Förderung klimaschonender Gasheizungen.

### 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?

# Erkenntnis 09 Erneuerbares Gas gewinnt an Attraktivität.



Das Wissen um erneuerbare und dekarbonisierte Gase (Grünes Gas) ist bei den Verbrauchern weiterhin ausbaufähig. Begriffe wie Power-to-Gas oder Windgas weisen geringe Bekanntheitsgrade auf, die sich seit 2018 nicht wesentlich verändert haben. Dasselbe gilt für Begriffe wie Ökogas oder CO<sub>2</sub>-neutrales Gas. Auch die seit der vorletzten Positionierungsstudie gestellte Frage, ob und wie weit Erdgas als Energieträger „grüner“ werden kann, beantworten die Befragten nach wie vor sehr heterogen: 31 Prozent der Befragten sehen diese Möglichkeit, 13 Prozent sind nicht dieser Meinung. Die verbleibenden 56 Prozent sind unentschieden.

Unter denjenigen, die eine Nachhaltigkeitstransformation von Erdgas grundlegend ausschließen, ist Unwissenheit ein maßgeblicher Faktor für die Skepsis. Mehr als 50 Prozent dieser Gruppe wählte „Weiß nicht“ als Begründung für ihre Meinung. Unter den Befürwortern der Nachhaltigkeitstransformation sehen 34,1 Prozent die verstärkte Nutzung von Bio-Erdgas als beste Möglichkeit an, die Nachhaltigkeit von Erdgas zu steigern. An zweiter Stelle steht mit 20,4 Prozent der Austausch alter Heizanlagen gegen modernere und effizientere Geräte.

## Steigende Bekanntheit bei Biogas und Bio-Erdgas

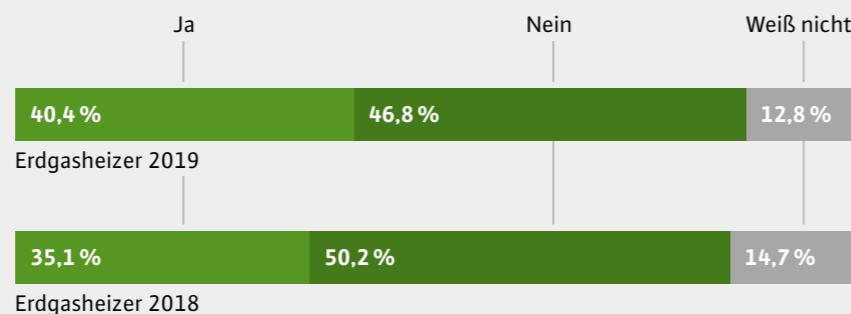
Entgegen dieser Ausgangslage konnten sowohl Bio-Erdgas als auch Biogas im Vorjahresvergleich an Bekanntheit zulegen. Der Begriff Bio-Erdgas setzte dabei mit drei zusätzlichen Prozentpunkten und jetzt 41 Prozent die besonders positive Entwicklung aus dem Vorjahr weiter fort. Biogas erreicht einen stabilen Bekanntheitsgrad von 50 Prozent.

## Bio-Erdgas als attraktive Heizoption

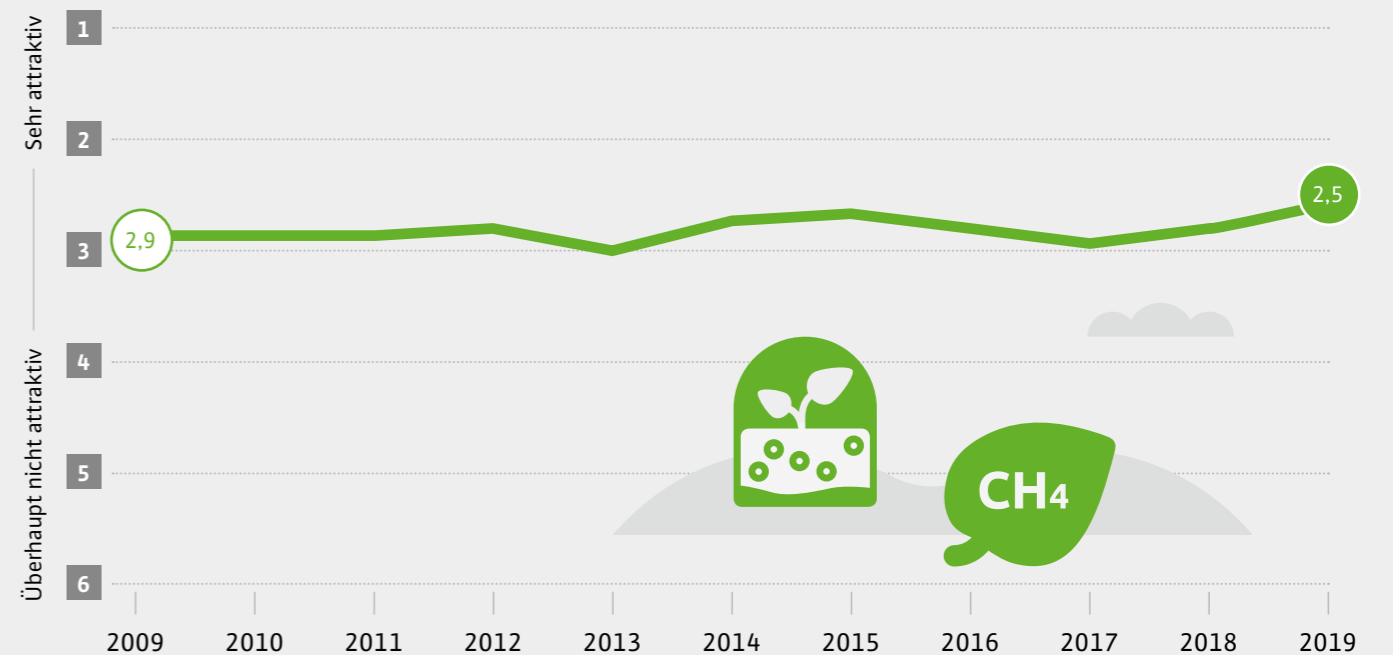
56 Prozent der Befragten sehen in einem Bio-Erdgas-Produkt eine attraktive Option für die eigene Wärmeversorgung, das ist ein Anstieg um 7 Prozent gegenüber dem Vorjahr. 40,4 Prozent der Erdgasheizer gaben dabei ihre Bereitschaft an, einen Preisaufschlag für das regenerative Gas zu zahlen. Das entspricht einem Plus von mehr als fünf Prozent zum Vorjahr (35,1 Prozent). Vor allem die Betreiber einer kombinierten Heizlösung aus Erdgas und Solarthermie sind für die Nutzung von Bio-Erdgas offen.

## Grundsätzliche Mehrpreisbereitschaft für Bio-Erdgas gestiegen gegenüber der Vorwelle

Jetzt wo Sie die Vorteile von Bio-Erdgas kennen: Wären Sie bereit, für ein Bio-Erdgas-Produkt im Vergleich zu Ihrem normalen Erdgas mehr zu zahlen?



## Attraktivität von Bio-Erdgas nimmt zu



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

Es zeigt sich ein nach wie vor hoher Informationsbedarf bezüglich grünen Gases und der Nachhaltigkeitspotenziale von Erdgas. Die Kommunikation sollte daher weiter um belastbare Anhaltspunkte ökologischer und zukunftsträchtiger Erdgasanwendungen angereichert werden. Das gilt neben technischen Möglichkeiten bei den Gas-Anwendungen insbesondere für erneuerbare und dekarbonisierte Gase. Die enormen Potenziale der Power-to-Gas-Technologie, von Wasserstoff und synthetischen Gasen sollten auch in der Kommunikation ge-

genüber den Endkunden eine zunehmende Rolle spielen, da sie einen positiven Einfluss auf das grüne Image von Erdgas haben. Außerdem sollte die Erhöhung der Bekanntheit sowie des Wissens um Verfügbarkeit und Hintergründe von Bio-Erdgas und Bio-Erdgas-Produkten weiterhin einen Schwerpunkt bilden. Durch entsprechende Maßnahmen lässt sich die Glaubwürdigkeit in puncto Nachhaltigkeit erhöhen. Der neue Marken-Claim „Für gutes Klima“ kann hier unterstützend eingesetzt werden.

## Erkenntnis 10

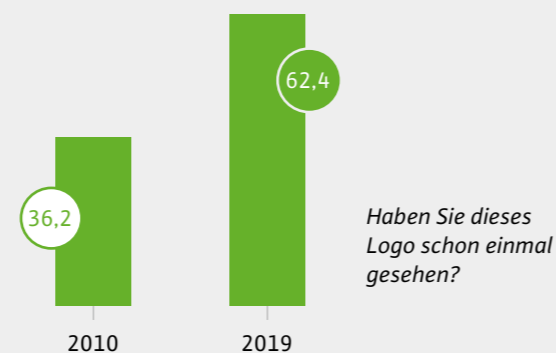
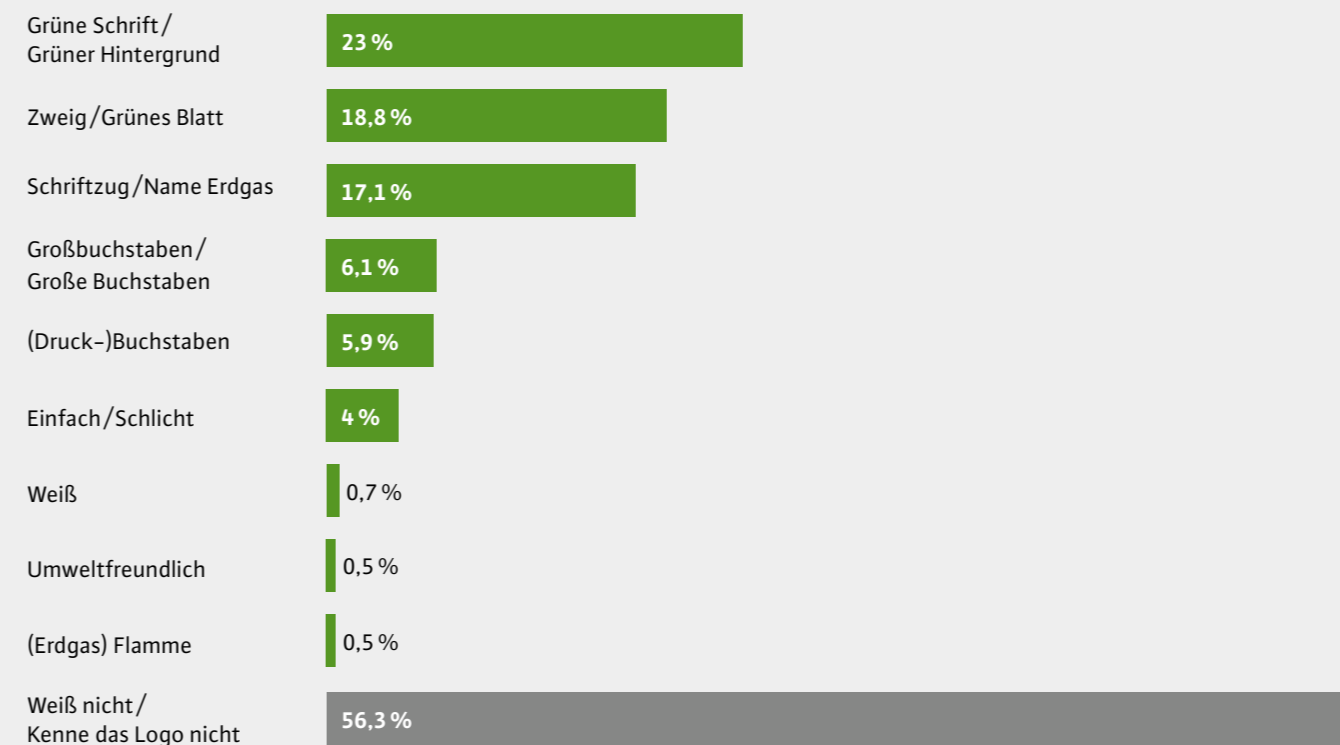
Erdgasmarke verwenden  
und weiter stärken.

Die Bekanntheit des Logos der Marke Erdgas ist sowohl gestützt als auch ungestützt im Vergleich zum Vorjahr zurückgegangen. 56,3 Prozent der befragten Eigenheimbesitzer gaben bei der ungestützten Bekanntheit an, das Logo nicht zu kennen. 2018 lag dieser Wert noch bei 47,7 Prozent. Wer das Logo ungestützt kennt, kann sich aber zum Beispiel häufig auch an die Elemente des Logos (Farbe, Blatt etc.) erinnern. Das zeigt, dass sich das Logo seit seiner Einführung im Jahr 2010 bei den Eigenheimbesitzern etabliert hat.

**Leicht rückläufige Logo-Bekanntheit**

Die gestützte Bekanntheit des Logos liegt bei 62,4 Prozent. Auch dieser Wert ist im Vergleich zum Vorjahr rückläufig, als sich 65,6 Prozent gestützt an das Logo erinnerten.

Die Bekanntheit des Markenlogos steht in einem direkten Zusammenhang mit der Wahrnehmung eines Nachhaltigkeitspotenzials von Erdgas: Die Befragten, die das Erdgas-Logo kennen, sind auch aufgeschlossener gegenüber einer Perspektive, dass Erdgas grüner wird.

**Das Erdgas-Logo wird von 62,4 Prozent gestützt erinnert****Kernelemente des Erdgas-Logos in der Zielgruppe etabliert**

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?

Seit Herbst 2019 tritt die Marke Erdgas mit einem neuen Erscheinungsbild auf. In der neuen Form sind die grundlegenden Elemente von Schriftzug und Blatt erhalten geblieben, somit besteht ein hoher Wiedererkennungseffekt, auch wenn das Logo nun in einer moderneren Optik eingesetzt wird. Der neue Markenauftritt basiert auf einer aktualisierten Positionierung der Marke: Als neuer Markenkern wurde der Begriff „klimaschonend“ etabliert, flankiert von den Werten „sozialverträglich“, „verbindend“ und „veränderungsmutig“.

Mit dem neuen Markenclaim „Für gutes Klima“ drückt die Gaswirtschaft außerdem ihr klares Bekenntnis zum Klimaschutz und zu einer sozialverträglichen Energiewende aus, die von der gesamten Gesellschaft getragen wird.

**Handlungsempfehlung des BDEW**

Die Bekanntheit des Erdgas-Logos sollte gerade mit dem Relaunch der Marke ausgebaut werden. Möglich ist das unter anderem durch einen stimmigen Einsatz in der Kundenkommunikation der Gasbranche. Die Markenbekanntheit hilft dabei, den Energieträger auch zukünftig erfolgreich im Wärmemarkt zu positionieren. Besonders wertvoll ist der Zusammenhang zwischen Logo-Bekanntheit und der Wahrnehmung von Erdgas als nachhaltigem Energieträger. Hier bietet sich ein

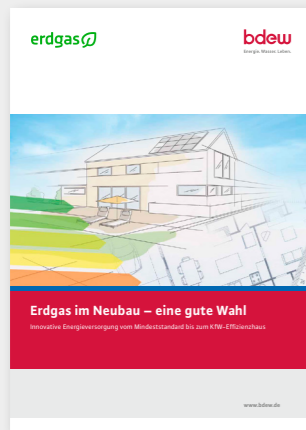
Potenzial, Erdgas weiter positiv in den Kriterien Umweltschonung sowie Innovation und Modernität aufzuladen.

Die Mitgliedsunternehmen des BDEW können das neue Erdgas-Logo zum Beispiel für ein Co-Branding auf ihren Websites, in Anzeigen oder in Informationsmedien nutzen. Das Logo, das Siegel und weitere Informationen zur Marke Erdgas sind abrufbar auf [www.erdgas-marke.de](http://www.erdgas-marke.de)





## Weitere Publikationen und Informationsangebote des BDEW



Erdgas im Neubau – eine gute Wahl  
Innovative Energieversorgung vom Mindeststandard bis zum KfW-Effizienzhaus



Zeit für einen Heizungswechsel  
Neue Fördermittel für klimaschonende Gasheizungen

Ergebnisse der BDEW-Installateurstudie\*  
Einschätzungen der SHK-Fachhandwerker



Wie heizt Deutschland 2019?  
BDEW-Studie zum Heizungsmarkt

\* Diese Publikation ist nach Anmeldung im Mitgliederbereich BDEW plus verfügbar.

### Die Positionierungsstudie Erdgas 2019

#### 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 503 repräsentativ ausgewählten Eigenheimbesitzern im gasberohrten 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.

## 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](mailto:info@bdew.de)  
[www.bdew.de](http://www.bdew.de)

### Redaktion und Ansprechpartner BDEW

Geschäftsbereich Vertrieb, Handel und gasspezifische Fragen  
Livia Beier  
[livia.beier@bdew.de](mailto:livia.beier@bdew.de)

### Konzeption, Text und Realisation

EKS – DIE AGENTUR  
Energie Kommunikation Services GmbH  
[www.eks-agentur.de](http://www.eks-agentur.de)

Finanziert durch die Gemeinschaftsaktion Gas

Stand: April 2020

Alle Angaben in dieser Broschüre beziehen sich auf die Überprüfung der Soll-Positionierung des Produktes Erdgas 2019, Ergebnisbericht Welle 13, 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 2019 auf [www.bdew.de](http://www.bdew.de) zum Download zur Verfügung.