



Meine Heizung kann mehr

Effizienz und Erneuerbare Energien:
Akzeptanz- und Motivationskampagne –
Hydraulischer Abgleich

 Verbraucher | [Information](#) [Beratung](#) [Kampagne](#)

i

Projektinformationen

Förderprogramm

Innovative Klimaschutzprojekte

Projektlaufzeit

1. Juli 2011 bis 31. März 2014

Projektnehmer

co2online gGmbH gemeinnützige
Beratungsgesellschaft und Ostfalia Hochschule für
angewandte Wissenschaften

Förderkennzeichen

03KSE020A und B

Fördersumme

2.716.372 Euro

Kontakt

kontakt@co2online.de
www.co2online.de
info@ostfalia.de
www.ostfalia.de

CO₂-Sparen ist Einstellungssache

Nur bei idealem Druck und richtiger Wassermenge kommen Heizkörper energetisch in Hochform. Durch den hydraulischen Abgleich lassen sich Heizungen entsprechend optimieren. Damit verringern sich Heizkosten und Treibhausgasemissionen. Diese Möglichkeit ist bislang aber wenigen Verbraucherinnen und Verbrauchern bekannt.

Auf einen Blick

Die gemeinnützige Beratungsgesellschaft co2online startete die Kampagne „Meine Heizung kann mehr“ um Deutschlands Hauseigentümerinnen und -eigentümer darüber zu informieren, warum und wie die Heizungsoptimierung durch den hydraulischen Abgleich (HA) funktioniert und um sie zum Handeln zu motivieren. Die Kampagne war wiederum Schwerpunkt des Verbundprojektes „Akzeptanz und Motivationskampagne hydraulischer Abgleich“, das darauf abzielte, die Vorteile des HA bei möglichst vielen Hausbesitzerinnen und Hausbesitzern sowie bei Handwerkerinnen und Handwerkern bekannter zu machen. Zusammen mit anderen Partnerinnen und Partnern, sowie wissenschaftlich begleitet vom Ostfalia Institut für Energieoptimierte Systeme (EOS) der Fachhochschule Ostfalia gelang es eine Vielzahl von Verbraucherinnen und Verbrauchern vom HA zu überzeugen.



Beratungsgespräch zum hydraulischen Abgleich



Hoher Bedarf an Heizenergie und daraus resultierende Einsparpotenziale

Derzeit werden rund 30 Prozent des Energiebedarfs in Deutschland zum Heizen benötigt. Das entspricht einem CO₂-Ausstoß von 250 Millionen Tonnen pro Jahr. Der hydraulische Abgleich (HA) ist eine effektive Maßnahme um die Leistungsfähigkeit von Heizungsanlagen zu erhöhen. Gemäß den Forschungsergebnissen der EOS Ostfalia sparen hydraulisch abgeglichene Heizungsanlagen etwa zehn Kilowattstunden Primärenergie pro Quadratmeter im Jahr.

„Das Durchführen des hydraulischen Abgleichs muss vorangetrieben werden. Der Abgleich kann einen wesentlichen Beitrag zum Erreichen des nationalen Klimaschutzzieles leisten, und dabei Hausbesitzern helfen, Geld zu sparen.“

Prof. Dr. Dieter Wolff, Heizungsexperte der Ostfalia Hochschule

So funktioniert der hydraulische Abgleich

Nach dem Prinzip des geringsten Widerstandes will das Heizungswasser auf schnellstem Weg zurück zum Heizkessel. Wenn der Druck, mit dem das Wasser durch die Heizungsrohre läuft, nicht richtig eingestellt ist, oder sich Luftblasen im Rohrsystem befinden, führt das zu einer suboptimalen Heizleistung. Heizkörper, die nahe am Heizkessel liegen, werden zu heiß und solche, die zu weit weg liegen, werden nicht einmal warm. Dadurch wird wertvolle Heizenergie verschwendet. Die sachgemäße Einstellung durch einen HA stellt eine optimale Wärmeverteilung im Haus sicher. Der hydraulische Abgleich ist ein wichtiger Baustein für die Optimierung einer Heizungsanlage. Mit dem hydraulischen Abgleich werden die Thermostatventile voreingestellt (1) sowie die Regelung der Ventile (2), bei Bedarf wird dann die Pumpenförderrhöhe optimiert (3). Entsprechend der Notwendigkeit werden einzelne Bauteile ausgetauscht oder neu eingebaut (4).



Maßnahmen zur Optimierung einer Heizungsanlage

HA zum Durchbruch verhelfen mit...

Zu Beginn der Kampagne war der HA unter Eigenheimbesitzerinnen und -besitzern weitgehend unbekannt. Genau hier setzte die Kampagne mit Information und Motivation an.

...Verbündeten für die Sache

Um die Kampagneninhalte möglichst breit zu streuen, verbündeten sich co2online und Ostfalia Hochschule mit weiteren Partnerinnen und Partnern. Dazu zählen das Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA), der Zentralverband Sanitär, Heizung, Klima (ZVSHK), der Bundesverband der Schornsteinfeger (ZIV), die Energieberatung der Verbraucherzentrale NRW, das Forum für Energieeffizienz in der Gebäudetechnik e.V., der Messgerätehersteller Afriso und der Softwarehersteller für Haustechnik Hottgenroth. Sie integrierten unter anderem die Informationen auf ihren Webseiten und warben auf Messen für die Kampagne.



...Videobotschaften als Aufhänger

Um mehr Aufmerksamkeit auf die Kampagne zu lenken, hat co2online zwei Videos gedreht, die auf der eigenen Webseite, auf Youtube und den Webseiten von Projektpartnerinnen und Partnern eingestellt wurden. Im ersten Video ist eine Straßenumfrage zum Thema „Kennen Sie den hydraulischen Abgleich?“ zu sehen. Damit sollte die Neugier für das Thema geweckt werden. Seit März 2013 geben drei Handwerkerbotschafterinnen und -botschafter in einem zweiten Video Einblicke in ihre Arbeit, erklären, warum sie bei der Aktion mitmachen, und werben für den hydraulischen Abgleich.

Im Rahmen der Aktion „Verbraucherbotschafter“ stellten Hausbesitzerinnen und -besitzer ihre Häuser und die Sparerfolge durch den HA auf der Webseite vor und gaben so der Kampagne ein Gesicht.

Was sollte das Projekt erreichen?

- Information von Hauseigentümerinnen und Hauseigentümern zum hydraulischen Abgleich;
- Information und Befähigung von Handwerkerinnen und Handwerkern zur Durchführung des hydraulischen Abgleichs;
- Information von Energieberaterinnen und -beratern zu den Einsparpotenzialen des hydraulischen Abgleichs.

Online-Kommunikationskampagne mit WärmeCheck und Handwerkerdatenbank

Ein Element des Projekts war eine Online-Informationsoffensive, die sich rund um die Kampagnenwebseite www.meine-heizung.de drehte. Dazu entwickelte co2online gemeinsam mit den Projektpartnerinnen und Partnern Texte, Bildstreifen, Infografiken, Animationen, Videos, Beispielrechnungen sowie Fördermöglichkeiten und veröffentlichte sie auf der Webseite. Mit dem Online-Ratgeber WärmeCheck von co2online konnten Interessierte prüfen, ob sich

der HA für ihr eigenes Gebäude lohnt. Im Online-Branchenbuch „Rat und Tat“ waren die passenden Handwerkerinnen und Handwerker zu finden. Bei „Rat und Tat“ haben sich bisher 5.700 Handwerksbetriebe sowie Energieberaterinnen und Energieberater ein Profil angelegt. Die Profildatenbank wurde in rund 1.000 Partnerportale eingebunden und bietet Interessierten die Möglichkeit Kontakt mit Dienstleisterinnen und -leistern in ihrer Nähe aufzunehmen.

Was hat das Projekt erreicht?

- 400.000 Webseiten-Zugriffe auf www.meine-heizung.de, 28.000 Downloads der EnergieCheck-App, Durchführung von 135.000 WärmeChecks;
- Verteilung von 330.000 Flyern an Hauseigentümerinnen und Hauseigentümer sowie an Handwerkerinnen und Handwerker;
- Steigerung der Nachfrage des hydraulischen Abgleichs von 9 auf 20 Prozent bei Verbraucherinnen und Verbrauchern;
- Initiierung von 21.000 hydraulischen Abgleichen.

Schneller Check mit der Handy-App

Im Jahr 2012 entwickelte das Projektteam die EnergieCheck-App für das Handy. Dafür wurde die bereits bestehende StandbyCheck-App erweitert und in die neue App integriert. Ihre Kernfunktionen: eine mobile Zählerstandeingabe für Ratgeberfunktionen wie Energiesparkonto, StromCheck, StandbyCheck oder Rat und Tat.

Um die Reichweite zu erhöhen hat sich das Projekt der „Initiative Verbraucher Apps“ angeschlossen, einem Zusammenschluss aus Unternehmen und Kampagnen, deren Smartphone Apps Verbraucherinnen und Verbraucher unterstützen sollen, ihren Alltag besser zu organisieren, Geld zu sparen und Kaufentscheidungen zu treffen.



Kampagne mit großer Resonanz

Die Evaluation des Projektes von co2online zeigte, dass die Kampagne deutliche Erfolge erzielen konnte. Die Webseite hatte insgesamt 400.000 Besucherinnen und Besucher. 135.000 Personen benutzten den WärmeCheck. Die EnergieCheck-App wurde 28.000 Mal heruntergeladen. Hauseigentümerinnen und Hauseigentümer und Handwerkerinnen und Handwerker forderten 330.000 Flyer zum HA an. Die Befragung von Handwerkerinnen und Handwerkern zeigte, dass zu Kampagnenbeginn nur neun Prozent der Verbraucherinnen und Verbraucher den hydraulischen Abgleich nachfragten. Mittlerweile ist die Nachfrage auf 20 Prozent gestiegen. Nachweislich wurden im Projektzeitraum 21.000 hydraulische Abgleiche realisiert.

Wie ging es weiter?

Informationen zum hydraulischen Abgleich, dem WärmeCheck, dem Branchenbuch sowie der App sind nach wie vor auf der Kampagnenwebseite www.meine-heizung.de verfügbar.

Beitrag zum Klimaschutz

Dass der hydraulische Abgleich bei breitem Einsatz die CO₂-Emissionen deutlich reduzieren kann, hat die OPTIMUS-Studie der EOS Ostfalia wissenschaftlich dokumentiert – zum Beispiel anhand von 36 Mehrfamilienhäusern der Wohnungsbaugesellschaften GEWOBA und der Nibelungen-Wohnbau-GmbH in Bremen und Braunschweig. Durch Vergleichsmessungen wurde festgestellt, dass nach einem hydraulischen Abgleich pro Jahr durchschnittlich zehn Kilowattstunden Energie pro Quadratmeter eingespart werden.

Die Evaluierung des WärmeChecks zeigte, dass pro Jahr durch den WärmeCheck induzierte hydraulische Abgleiche 35.478 Tonnen CO₂ sparen. Die Kostensparnis liegt bei 3,61 Euro pro Tonne CO₂.

Tipps und Tricks für interessierte Institutionen

Bei eher unbekanntem Themen wie dem hydraulischen Abgleich ist es sinnvoll die Zielgruppen auf verschiedenen Wegen anzusprechen.

Vorteile durch starke Partnerinnen und Partner

Bei den Themenschwerpunkten rund um den HA stellten neben der wissenschaftlichen Expertise der EOS Ostfalia über 30 Bündnispartnerinnen und -partner punktuell ihre Kompetenz und ihre Kommunikationskanäle zur Verfügung. Aus dem Bereich Handwerk informierte beispielsweise der Zentralverband Sanitär Heizung Klima (ZVSHK) seine 26.000 Mitglieder über den HA. Auch der Bundesverband des Schornsteinfegerhandwerks (ZIV) wies seine Schornsteinfegermeisterinnen und -meister auf den Nutzen des HA hin. Kurz darauf wurden 45.000 Flyer zur Weitergabe an Kundinnen und Kunden geordert.

Checkliste der Erfolgsfaktoren

- Bündnisse mit Handwerksverbänden und Medienpartnern eingehen;
- Information über verschiedene Kanäle (über Webauftritte, über Flyer, auf Messen) streuen, um verschiedene Zielgruppen zu erreichen;
- Bekanntmachung von Erfolgsbeispielen durch Verbraucherbotschafterinnen und -botschafter.

Botschafterinnen und Botschafter, Videokampagnen und Gewinnspiele

Die Kampagne nutzte von Beginn an verschiedene Kommunikationskanäle um die verschiedenen Zielgruppen der Kampagne zu erreichen.



Für Handwerkerinnen und Handwerker wurden separate Flyer gestaltet. Sie gaben Auskunft über die Umsatzchancen des HA und informierten wo Materialien für die Kundenberatung angefordert werden konnten. Die Projektwebseite informierte und motivierte die Verbraucherinnen und Verbraucher durch den WärmeCheck und weitere Informationsmaterialien. Die Experten für die Durchführung des hydraulischen Abgleichs waren im Online-Branchenbuch zu finden.

Anschaulich wurden die Durchführung des hydraulischen Abgleichs und die erzielten Einsparerfolge dann von den Verbraucherbotschafterinnen und -botschaftern in Videos kommuniziert. Darüber hinaus präsentierte sich das Projekt auf der internationalen Sanitär und Heizungsmesse in Frankfurt am Main. In einem Gewinnspiel vor Ort war eine hocheffiziente Heizpumpe zu gewinnen. 262 Hauseigentümerinnen und Hauseigentümer nahmen an der Verlosung teil.

Mediale Aufmerksamkeit

Durch Hintergrundsprache mit Journalisten platzierte co2online das Thema erfolgreich in den Medien. Unter anderem fanden Gespräche über den HA mit dem dpa Themendienst, ZDF WISO und verschiedenen Fachzeitschriften statt. Diese Medien berichteten anschließend ausführlich über den hydraulischen Abgleich.

Zusatzqualifikation und gesetzliche Regelungen

Bei Studierenden der Ostfalia Hochschule wurde deutlich, dass zu wenige handwerklich ausgebildete Personen den HA richtig berechnen können. Das Problem kann eine Informations- und Motivationskampagne nicht lösen. Um das Thema weiter in die Gesellschaft zu tragen, sollte der hydraulische Abgleich daher in das Ausbildungskonzept der Gesellinnen und Gesellen sowie Meisterinnen und Meister aufgenommen werden. Sinnvoll wäre eine Zusatzqualifikation für den hydraulischen Abgleich. So Qualifizierte sollten

danach in Expertenlisten zusammengefasst werden. Der HA sollte zudem verbindlich in die Energieeinsparverordnung aufgenommen werden, die seit 2016 den energetischen Standard für Neubauten regelt. Damit wäre er gesetzlich vorgeschrieben.

Klimaschutz braucht Initiative

Die Nationale Klimaschutzinitiative (NKI) des Bundesumweltministeriums unterstützt seit 2008 zahlreiche Projekte, die einen Beitrag zur Senkung der Treibhausgasemissionen leisten. Die Förderung erstreckt sich von der Entwicklung langfristiger Strategien bis hin zu konkreten Hilfestellungen und investiven Maßnahmen. Die guten Ideen aus den Projekten tragen dazu bei, den Klimaschutz vor Ort zu verankern. Hiervon profitieren Verbraucherinnen und Verbraucher, Kommunen, Unternehmen und Bildungseinrichtungen.

Impressum

Herausgeber: Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB) Referat Öffentlichkeitsarbeit · 11055 Berlin · service@bmub.bund.de · www.bmub.bund.de

Redaktion: BMUB, Referat KI I 2 · Arepo Consult · Januar 2018

Bildnachweise und Lizenzen: Bild (Beratungsgespräch): © co2online gGmbH gemeinnützige Beratungsgesellschaft; Bild (Maßnahmen): © co2online gGmbH gemeinnützige Beratungsgesellschaft/Alois Müller

Quellen: Die Zusammenfassung basiert auf dem Abschlussbericht des Projektes sowie auf weiteren Veröffentlichungen in Fachmedien.