

# Programm **erneuerbar** heizen

**18. JUNI 2019**



**Wir sind auf dem Weg !**



## Eckdaten

Programmdauer:

- 2019 – 2020
- Option um Verlängerung um maximal weitere vier Jahre bis Ende 2024

Aufbauphase: 2019

Offizieller Start nach Aussen:

- Swissbau 2020 vom 14. - 18.1.2020.

## Zielsetzungen (1/2)

Das Programm „**erneuerbar** heizen“

- will Gebäudebesitzer, Mittler und Umsetzer zum Umstieg von fossiler auf erneuerbare Energien animieren;
- informiert technologie-neutral und -übergreifend (u.a. Wärmepumpen, Solarwärme, Photovoltaik, Holz, Biogas);
- zielt auf die Wärmeerzeugung im Wohnbereich ab.

**Keine Installation von fossilen Feuerungen mehr  
ab 2030 !**

## Zielsetzungen (2/2)

Zentrale Punkte des Programms „**erneuerbar** heizen“ sind

- das Kreieren eines neuen einheitlichen Kommunikationsauftritts „**erneuerbar** heizen“;
- die Präsenz der Marke EnergieSchweiz mit dem Thema „**erneuerbar** heizen“ an verschiedenen nationalen Baumessen (Swissbau Focus 2020);
- die Koordination sowie Nutzung bestehender Strukturen und Projekte (Programme von EnergieSchweiz resp. seiner Partner);
- die Unterstützung der Multiplikation funktionierender Ansätze (z.B. Impulsberatung für den Heizungersatz);
- der gezielte Aufbau neue Partnerschaften;
- das Schliessen noch bestehender Lücken;
- die Nutzung geplanter Projektausschreibungen im Rahmen von EnergieSchweiz in den Bereichen Gebäude und Gemeinden.

## Zielgruppen

- Das Programm «**erneuerbar** heizen» will effizient, effektiv und individuell die Zielgruppe der Hauseigentümer oder Immobilienbesitzer mit älteren fossilen Heizungen sowie der notwendigen Mittler (Installateure, Berater, Versicherungen etc.) ansprechen.
- Die Hauseigentümer oder Immobilienbesitzer wurden in die vier Gruppen unterteilt: online sensibilisiert, online nicht sensibilisiert, offline sensibilisiert und offline nicht sensibilisiert.
- Diese Zielgruppen sollen über ihre bestehenden Vertrauenspersonen und Lebensgewohnheiten in einem Zeitpunkt der „Ruhe“ abgeholt werden.
- Die Information soll dann abgesetzt werden, wenn sich der Investor Zeit für etwas nimmt resp. mit einer ihm bekannten „Vertrauensperson“ in Kontakt kommt.

## Slogan (Beispiele)

Der Slogan lässt zielgruppenspezifische Freiheiten. Dies ist wichtig, will man Partner gewinnen, welche unsere Botschaft als die ihre verkaufen.

**erneuerbar** heizen – jetzt!

**erneuerbar** heizen – mit Holzpellets aus ihrem Wald

**erneuerbar** heizen – für den Erhalt unserer Gletscher

Wer ans Klima denkt, heizt **erneuerbar** – Ihre Gebäudetechniker

Wer an seine Nächsten denkt, heizt **erneuerbar** – ihre Kirche

Wer langfristig denkt, heizt **erneuerbar** – Ihre Gebäudeversicherung

Wer Wert erhalten will, heizt **erneuerbar** – Ihre Bank

## Botschaften (Beispiele)

Mit klaren Botschaften Anreize schaffen und Hemmnissen entgegenen.

- Erneuerbare Wärme ist von volkswirtschaftlichem Nutzen.
- Erneuerbare Technologien sind unter Einbezug der Betriebskosten über die Lebensdauer bereits heute teilweise günstiger als der reine Ersatz einer fossilen Feuerung.
- Der Einsatz erneuerbarer Energien reduziert die jährlichen Betriebskosten.
- Ist ihre Heizung über 15 jährig, dann planen sie jetzt den Wechsel auf erneuerbare Energien.
- Der Einsatz fossiler Energien ist nicht mehr zeitgemäss.

## Partnerschaften

- Der Aufbau und die Zusammenarbeit neuer Partnerschaften bildet die Grundvoraussetzung für den Erfolg und die Kosteneffizienz.
- Neue und bestehende Partner, mit ihrer hohen Akzeptanz bei der ausgewählten Zielgruppe sollen die Botschaft weiter tragen.
- Damit die Partner das tun, braucht es Flexibilität sowohl bei der Wahl der Massnahmen als auch bei der Ausgestaltung der Kommunikationsmittel.
- Die Botschaft ist immer die gleiche: „**erneuerbar** heizen“.



## Massnahmenplanung

- Das Kreieren eines neuen einheitlichen Kommunikationsauftritts „**erneuerbar** heizen“ mit entsprechenden zielgruppenspezifischen Massnahmen ist zentral.
- Insgesamt wurden bisher 44 Massnahmen beurteilt.
- Die Massnahmen umfassen die sechs Bereiche:
  - ✓ Aus- und Weiterbildung
  - ✓ Beratung
  - ✓ Kommunikations-Grundlagen
  - ✓ Kommunikations-Kanäle
  - ✓ Partnerschaften
  - ✓ Technische Grundlagen

## Massnahmenliste 1/5

Nr.		Massnahmen	Weiter verfolgen?	Priorität	WTO integriert	Zuständigkeit intern (Lead: fett)
1	P	<b>Partnermanagement</b>	Ja	1	Nein, erfolgt direkt über BFE-Mitarbeiter	<b>Diverse</b>
2	P	<b>Projektausschreibungen EnergieSchweiz</b>	Ja (2020 Definition Themen für 2021)	2	Nein	<b>jut (GD), faj (EE)</b>
3	P	<b>Förderbeiträge</b>	Nein	---	Nein	<b>jut</b>
4	TG	<b>Erarbeitung von Fakten als Grundlagen für Vergleiche und Nutzen erneuerbarer Technologien (Basis: CO2)</b>	Ja	1	Nein	kor, bid
5	TG	<b>Planungshilfen (WPSM, Leistungsgarantien, Pelletexperte)</b>	Nein	---	Nein	---
6	KG	<b>Zielgruppenspezifische Customer Journey definieren</b>	Ja	1	Ja, für Baumessen noch nicht bestimmt.	<b>bes</b>
7	KG	<b>Corporate Identity CI (Schriftzug, Logo, Vorlagen)</b>	Ja	1	Ja	<b>puc</b>
8	KG	<b>Entwicklung von Botschaften und Slogans.</b>	Ja	1	Ja	<b>puc</b>
9	KG	<b>Gender-spezifische Kommunikation</b>	Ja	1	Ja	<b>puc</b>



**energieschweiz**

Unser Engagement: unsere Zukunft.

## Massnahmenliste 2/5

10	KG	<b>Bildwelt</b>	Ja	1	Ja	puc
11	KG	<b>Internetseite "erneuerbar heizen" - Gestaltung</b>	Ja	1	Ja	puc
12	KG	<b>Internetseite "erneuerbar heizen" - Umsetzung/Hosting</b>	Ja	1	Nein	Sektion eCH
13	KG	<b>Fragen und Inhalte für die Webseite</b>	Ja	gemäss KOM-Konzept WTO-Anbieter	Ja	puc
14	KG	<b>Entscheidungsarchitektur auf der Webseite</b>	Ja	gemäss KOM-Konzept WTO-Anbieter	Ja	puc
15	KK	<b>Auftritte an Baumessen</b>	Ja	1	Ja	bes
16	KK	<b>Standmaterial für Dritte</b>	Ja	gemäss KOM-Konzept WTO-Anbieter	Ja	puc
17	KK	<b>Give aways</b>	Ja	gemäss KOM-Konzept WTO-Anbieter	Ja	puc

## Massnahmenliste 3/5

18	KK	<b>Erklärvideos für Endnutzer</b>	Ja (auf Basis zuvor erarbeiteter Fakten)	gemäss KOM- Konzept WTO- Anbieter	Ja	puc
19	KK	<b>Informationsbroschüre Heizungersatz</b>	Ja	1	Ja	puc (CI/CD), bid/kor (Technik), Prozess (KOM-BFE)
20	KK	<b>Beste Beispiele</b>	Ja	gemäss KOM- Konzept WTO- Anbieter	Ja	puc
21	KK	<b>Publireportagen</b>	Ja (auf Basis zuvor erarbeiteter Fakten)	gemäss KOM- Konzept WTO- Anbieter	Ja	puc
22	KK	<b>Beiträge im Extrablatt EnergieSchweiz</b>	Ja (auf Basis zuvor erarbeiteter Fakten)	gemäss KOM- Konzept WTO- Anbieter	Ja	puc
23	KK	<b>Plakate</b>	Nein (zu grosse Streuverlust- e)	gemäss KOM- Konzept WTO- Anbieter	Ja	puc
24	KK	<b>Inserate</b>	Ja, mit Partnern (auf Basis zuvor erarbeiteter Fakten)	gemäss KOM- Konzept WTO- Anbieter	Ja	puc
25	KK	<b>Newsletter</b>	Nein (Beiträge in bestehende Newsletter einbringen)	gemäss KOM- Konzept WTO- Anbieter	Ja	puc
26	KK	<b>Wettbewerb</b>		gemäss KOM- Konzept WTO- Anbieter	Ja	puc

## Massnahmenliste 4/5

27	KK	<b>TV-Sponsoring resp. TV-Spots</b>	Ja (sobald Internetseite mit Inhalten ok ist)	gemäss KOM- Konzept WTO- Anbieter	Ja	puc
28	KK	<b>Mailings</b>	?	gemäss KOM- Konzept WTO- Anbieter	Ja	puc
29	KK	<b>Google AdWords-Kampagne zum Heizungersatz</b>	Ja (sobald Internetseite mit Inhalten ok ist)	gemäss KOM- Konzept WTO- Anbieter	Ja	puc
30	KK	<b>Online-Banner mit dem Fokus «erneuerbar heizen»</b>	Ja (sobald Internetseite mit Inhalten ok ist)	gemäss KOM- Konzept WTO- Anbieter	Ja	puc
31	KK	<b>Facebook-Ads</b>	?	gemäss KOM- Konzept WTO- Anbieter	Ja	puc
32	KK	<b>APP für Endnutzer</b>	?	gemäss KOM- Konzept WTO- Anbieter	Ja	puc
33	KK	<b>Retargeting</b>	?	gemäss KOM- Konzept WTO- Anbieter	Ja	puc
34	KK	<b>Infoline</b>	Ja	1	Nein	som / jut (Koordination)
35	KK	<b>Graue Panther als Botschafter</b>	on hold	3	Nein	-

## Massnahmenliste 5/5

36	B	<b>Impulsberatung Heizsystemersatz</b>	Ja	1	Nein	jut, kor, bid, faj, bes
37	B	<b>Checkliste für den Endkunden für den Austausch mit dem Heizungsinstallateur sowie als Hilfestellung bei der Offertstellung</b>	Ja (sobald Impulsberatung in unserem Sinne)	2	Nein	jut, kor, bid, faj, bes, hak
38	B	<b>Kurzcheck für meine neue Heizung (Gebäude- und Heizsystem-Rechner)</b>	Ja	1	Nein	kor
39	A&W	<b>A&amp;W GEAK-Experten mit Eintrag auf Expertenliste Impulsberatung Heizsystemersatz</b>	Ja (sobald Impulsberatung in unserem Sinne)	2	Nein	hak, jut, kor, bid, faj, bes
40	A&W	<b>A&amp;W Feuerungskontrolleure und Kaminfegermeister mit Eintrag auf Expertenliste Impulsberatung Heizsystemersatz</b>	Ja (sobald Impulsberatung in unserem Sinne)	2	Nein	hak, jut, kor, bid, faj, bes
41	A&W	<b>A&amp;W Heizungsinstallateure mit Eintrag auf Expertenliste Impulsberatung Heizsystemersatz</b>	Ja (sobald Impulsberatung in unserem Sinne)	2	Nein	hak, jut, kor, bid, faj, bes
42	A&W	<b>A&amp;W Elektroinstallateure mit Eintrag auf Expertenliste Impulsberatung Heizsystemersatz</b>	Ja (sobald Impulsberatung in unserem Sinne)	2	Nein	hak, jut, kor, bid, faj, bes
43	A&W	<b>A&amp;W Banken- und Versicherungsberater zum Thema Heizsystemersatz</b>	Ja (sobald Impulsberatung in unserem Sinne)	2	Nein	hak, jut, kor, bid, faj, bes
44	A&W	<b>Webinar resp. Webcast: Weiterbildungssequenzen zum Thema erneuerbar heizen für Heizungs- und Elektroinstallateure</b>	Ja	on hold	Nein	hak, jut, kor, bid, faj, bes

## Baumessen

- Für Auftritte von EnergieSchweiz an Baumessen in den Jahren 2020 bis 2024 liegt ein separates Konzept vor.
- Insbesondere bei der begleitenden Kommunikation zu den Messeauftritten spielen Stakeholder wie bspw. Fachverbände als Mittler und Multiplikatoren eine wichtige Rolle.
- Mit einem Detailkonzept pro Messe sollen die Themen der jeweiligen Partner aufgenommen und mit dem übergeordneten Thema «**erneuerbar** heizen» verknüpft werden.
- Die Partner aus der Label-Familie (Minergie, GEAK, SNBS, 2000-Watt-Areale, das Gebäudeprogramm), allenfalls weitere Kantone, Branchenverbände und Dachorganisationen werden als Partner erster Priorität betrachtet, die damit grundsätzlich in die Auftritte eingebunden werden.

## Der Berg kann kommen !

- Unsere Kontakte zeigen - das Programm «erneuerbar heizen» begeistert !
- Die Leaderposition von BFE bzw. EnergieSchweiz ist gefragt und für den Erfolg zentral.
- Wir fühlen uns fit und gut vorbereitet.
- Motivierte Partner, die einen Beitrag leisten wollen, sind herzlich willkommen !
- Bei Interesse sowie Fragen: Thomas Jud, [thomas.jud@bfe.admin.ch](mailto:thomas.jud@bfe.admin.ch), 058/462 56 61

