



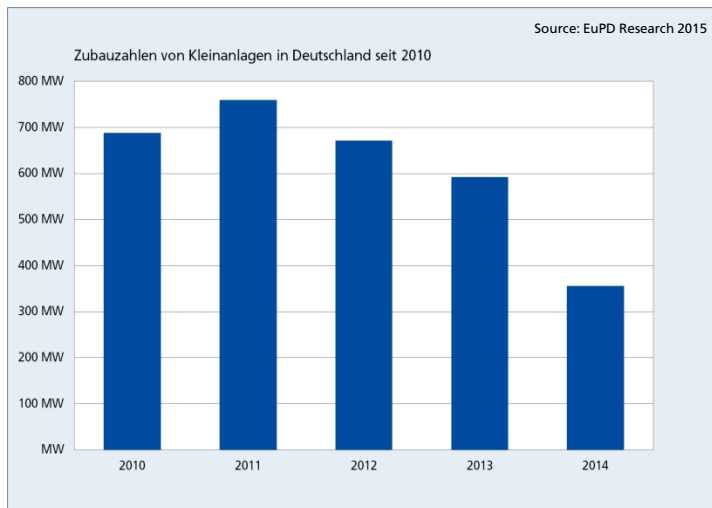
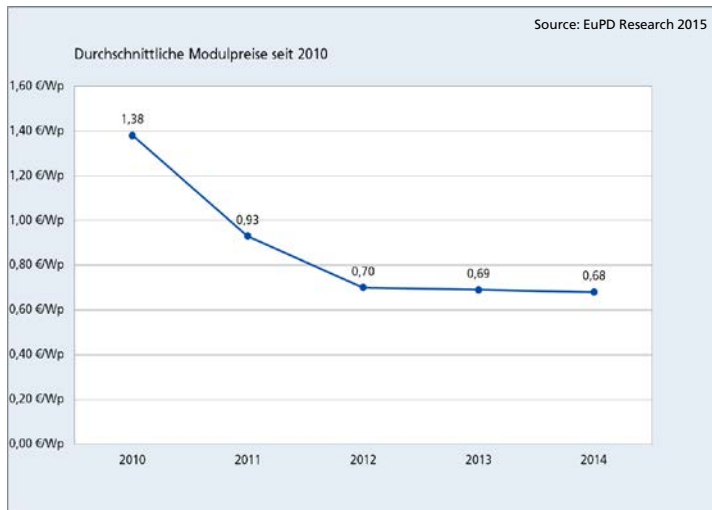
## Endkundenbefragung Photovoltaik:

Hintergründe und Motivklassen für und gegen Photovoltaik.

Eine qualitative und quantitative Befragung von Hausbesitzern in Deutschland

Ein Studienangebot von EuPD Research | August 2015

## Hintergrund I



### Stagnation im Kleinanlagensegment

Seit 2011 sind die Zubauzahlen bei den PV-Anlagen unter 10kWp trotz sinkender Modulpreise stark rückläufig. Die Gründe hierfür sind unklar. Trotz gesunkener Einspeisevergütung kann eine PV-Anlage zwischen 3% und 5% Rendite erwirtschaften. Dafür müssen nur 15%-30% des erzeugten Stroms selbst genutzt werden, was auch ohne Speicher möglich ist.

Auch die neu eingeführte EEG-Abgabe auf den selbst erzeugten Strom betrifft die Kleinanlagen unter 10 kWp nicht. Sie sollte daher für Privathaushalte mit kleinen Aufdachanlagen kein Hindernis darstellen. Dennoch ist der Zubau 2014 deutlich eingebrochen.

Da wirtschaftlich gesehen PV noch immer eine profitable Geldanlage darstellt, ist diese Entwicklung schwer nachvollziehbar. Zudem bieten Anlagen weitere Vorteile wie Unabhängigkeit in der Energieversorgung und Umweltschutz. Daher ist es Ziel dieser Studie Ursachen der ausbleibenden Investitionen zu ermitteln, um ein besseres Verständnis des Endkunden zu ermöglichen.

### **Endkundenbefragung Photovoltaik:**

#### **Hintergründe und Motivationen von Hausbesitzern bei Entscheidungen für und gegen Photovoltaik**

Durch die erstmalig mit dem Konvergenzmodell der Triangulation durchgeführten Studie wird es möglich sein, einerseits neue qualitative Einblicke in die Einstellung gegenüber Photovoltaik unter Hauseigentümern zu gewinnen und andererseits die so gewonnenen Erkenntnisse durch eine umfassende Stichprobe quantitativ zu stützen.

Ziel ist es dabei die Hintergründe der Zurückhaltung bei PV Neuinstallationen zu beleuchten. Außerdem bildet die Studie ab, weshalb unter Hausbesitzern Entscheidungen für oder gegen Photovoltaik getroffen werden oder was deren Entscheidungsfindung behindert.

Die Ergebnisse ermöglichen es Herstellern, Installateuren oder Energieversorgern gezielt die Bedenken und Befürchtungen der Kunden anzusprechen und Informationsangebote an die Fragen und bestehenden Vorbehalte der Endkunden anzupassen.

# Stichprobenbeschreibung

## Zielgruppe

Die Befragung richtet sich an Hausbesitzer, die PV-Technologien (noch) nicht installiert haben, obwohl ihre Häuser Potential für diese Technologien besitzen. Dabei kann unterschieden werden ob die Befragten sich jemals mit dem Thema PV auseinander gesetzt haben oder nicht. Zudem wird durch die Studie erfasst, wie weitreichend Hausbesitzer sich mit dem Thema PV beschäftigen, wie sie sich informieren und welche Haltung sie generell gegenüber PV einnehmen. Zusätzlich werden demographische Daten der Hausbesitzer wie Alter, Einkommensgruppe, Anzahl der Personen im Haushalt erhoben.

## Qualitative Stichprobe

Für qualitative Befragungen werden aufgrund der ausführlichen Interviews und der dadurch anfallenden Datenmenge wesentlich kleinere Stichproben gewählt als bei einer standardisierten Befragung. Die Interviews werden daher mit 10 Hausbesitzern durchgeführt.

## Quantitative Stichprobe

Die quantitative Befragung wird anschließend mit 500 Hausbesitzern durchgeführt.

Zielgruppen	Demographische Daten
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Hausbesitzer ohne Kontakt zum Thema PV</li><li>▪ Hausbesitzer die eine PV Anlage bereits angedacht haben oder konkret planen</li><li>▪ Hausbesitzer, die PV gänzlich ablehnen</li><li>▪ ...</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Alter</li><li>▪ Einkommensgruppe</li><li>▪ Haushaltgröße</li><li>▪ ...</li></ul>

## Forschungsfragen

---

### Forschungsfragen an Endkunden ohne Kontakt zu PV sind:

- Inwieweit mach sich diese Befragungsgruppe Gedanken zum Thema Energieeffizienz?
- Beschäftigen sich die Befragten mit Energiefragen und der Strompreisentwicklung?
- Ist das Thema PV in dieser Gruppe bekannt?
- Wie werden PV Besitzer wahrgenommen?

### Forschungsfragen an PV Ablehner sind:

- Wie intensiv haben sich „PV Ablehner“ mit dem Thema PV beschäftigt?
- Was sind die konkreten Gründe gegen PV?
- Beziehen sich die Vorbehalte der Befragungsgruppe nur auf Photovoltaik oder auf alle Erneuerbaren Energien?
- Unter welchen Umständen sind „PV Ablehner“ doch bereit, PV in Betracht zu ziehen?

### Forschungsfragen an Unentschlossene sind:

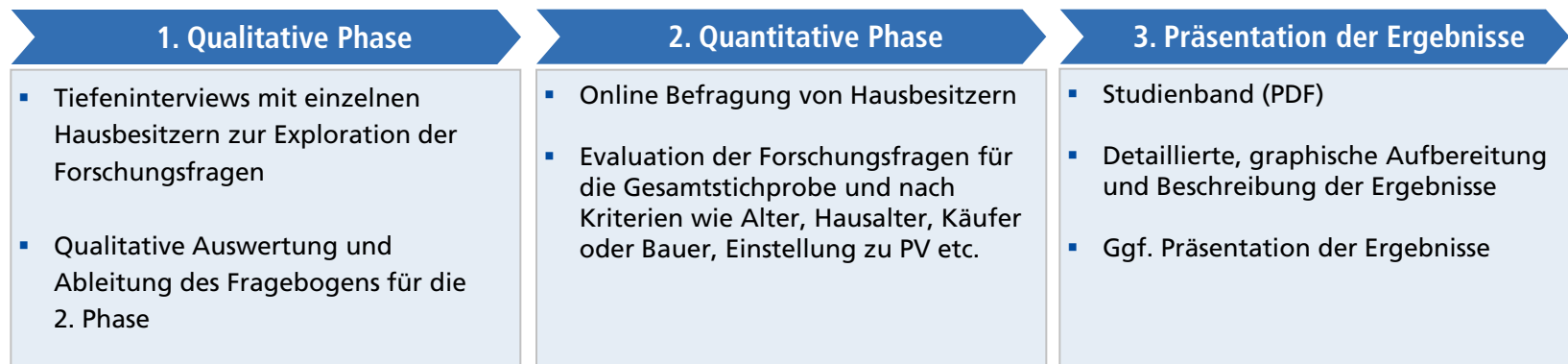
- Was weckt das Interesse an PV bei den „Unentschlossenen“?
- Welche Bedenken nennen „Unentschlossene“ gegenüber dem Kauf einer PV-Anlage?
- Welche Unterstützung von Seiten der Industrie und/oder den Installateuren benötigen „Unentschlossenen“ bei der Entscheidung für PV?

### Forschungsfragen PV Planer sind:

- Welche Gründe sind ausschlaggebend für die Entscheidung in PV zu investieren?
- Welche Hindernisse bei der Planung nennen „PV Planer“?
- Spielt E-Mobilität bei der Anschaffung von PV in dieser Befragungsgruppe eine Rolle?
- Unter welchen Umständen wäre „Planern“ die Entscheidung für PV leichter gefallen?
- Welche Rolle spielt der PV-Speicher in dieser Befragungsgruppe?

## Methodologie

Die Studie wird in zwei Phasen durchgeführt. In der qualitativen Phase werden Tiefeninterviews von etwa einer halben Stunde mit den Befragten durchgeführt. Die Ergebnisse werden einerseits für sich ausgewertet, andererseits zur Erstellung des Fragebogens der quantitativen Studie verwendet. Mit diesem wird eine Online-Befragung mit der umfangreicheren Stichprobe von Hausbesitzern durchgeführt. Mit den so gewonnenen Daten werden die Forschungsfragen im Hinblick auf den durchschnittlichen deutschen Endkunden analysiert werden.







# Bestellformular – „Endkundenbefragung Photovoltaik“

Ich möchte bestellen (bitte ankreuzen):

## Studie

- „Endkundenbefragung Photovoltaik“  
Hintergründe und Motivationen von Hausbesitzern bei Entscheidungen für und gegen Photovoltaik

- Primärerhebung
- Datenanalyse und -auswertung
- PDF-Version des Studienbandes
- Sprache: Deutsch

Preis 3.830,- €

## Optional zusätzlich

- Printversion des Studienbandes 80,- €
- Vor-Ort Ergebnispräsentation 880,- €
- Online-Präsentation 250,- €
- PDF Tabellenband 250,- €
- Übersetzter Studienband (Englisch) 350,- €

*Bitte beachten Sie:*

*Zahlungskonditionen: 100% nach Auftragseingang | Alle Preise zzgl. MwSt. und Reisekosten.*

Fax +49 (0) 228-971 43-11

zu Händen von Herrn Saif Islam

Name: \_\_\_\_\_

Firma: \_\_\_\_\_

Position: \_\_\_\_\_

Straße: \_\_\_\_\_

PLZ / Stadt: \_\_\_\_\_

Telefon: \_\_\_\_\_

Fax: \_\_\_\_\_

E-mail: \_\_\_\_\_

- Ich akzeptiere die Geschäftsbedingungen

Datum / Unterschrift: \_\_\_\_\_

Über Uns

## Über uns| Die Hoehner Research & Consulting Group

Die Hoehner Research & Consulting Group (HRCG) vereint die Expertise von **EuPD Research**, **360|Consult** und **360|Design** in ihren übergreifenden Angeboten. Wir kombinieren **Marktforschung** mit **strategischer Beratung** und **Kommunikation**, was uns ermöglicht unseren Kunden – von Regierungen, Vereinigungen, Handelskammern sowie den Finanz- und Industriesektoren – nachhaltige und ganzheitliche Business Solutions anzubieten.



# Über EuPD Research: Der B2B Spezialist für internationale Marktforschung



## Exklusive Angebote

- Zufriedenheitsstudien
- „Customer Insights“ Tests
- Preisanalysen



## Berichte

- Endkunden Monitor
- EU Installer Monitor
- Sales Monitor



## Zertifizierungen

- Kundenzufriedenheitssiegel
- Top PV Zulieferer
- Top Brand PV



## EuPD Research: Referenzen (Auszug)



# Allgemeine Geschäftsbedingungen I

## 1. Geltungsbereich

1.1 Für jede vertragliche Beziehung zwischen EuPD-Research - als eingetragene Marke der Hoehner Research und Consulting Group GmbH (nachfolgend HRCG GmbH) und dem Kunden gelten ausschließlich die nachfolgenden Bedingungen. Der Kunde erklärt, dass keine widersprechenden Geschäftsbedingungen durch ihn zur Anwendung kommen. Nur im Falle der Kenntnisnahme und der Akzeptanz dieser Bedingungen wird das Angebot des Kunden auf Vertragsschluss angenommen.

1.2 Die Angebote (auch Proposal genannt) richten sich ausschließlich an gewerbliche Kunden, d.h. an Unternehmer i.S.d. § 14 BGB. Privatkunden, d.h. Verbraucher i.S.d. § 13 BGB, sind nicht berechtigt, auf Grundlage der Angebote einen rechtsverbindlichen Bestellvorgang auszulösen. Interessierte Privatkunden wenden sich bitte telefonisch an die HRCG GmbH unter Hinweis auf eine nicht-gewerbliche Bestellanfrage. Klarstellend wird darauf hingewiesen, dass das gesetzliche Widerrufs- und Rückgaberecht als Verbraucherschutzrecht für Bestellungen von gewerblichen Kunden nicht zur Anwendung gelangt, jedoch bei Sonderbestellungen von Verbrauchern vollumfänglich Beachtung findet.

## 2. Angebot und Bestellung

2.1 Die Darstellung der Produkte nebst Bestellformular stellt kein rechtlich bindendes Angebot dar. Die Angebote sind freibleibend und nur für den internen Gebrauch beim Kunden bestimmt.

2.2 Nach vollständiger Angabe der Käuferdaten und der Akzeptanz der AGB sowie der Übermittlung des Bestellformulars wird eine verbindliche Bestellung des ausgewählten Produktes ausgelöst. Eine Eingangsbestätigung der Bestellung erfolgt zeitnah nach dem Absenden der Bestellung an die angegebene E-mail-Adresse oder Fax-Nummer. Der Kaufvertrag zwischen dem Kunden und der HRCG GmbH kommt mit Übermittlung einer Auftragsbestätigung oder mit Auslieferung der Produkte via Versandunternehmen oder mit dem Download zustande. Für den Fall, dass die HRCG GmbH binnen 10 Werktagen ab Zugang der Bestellung keine Auftragsbestätigung oder Auslieferung vornimmt, ist der Kunde nicht mehr an die Bestellung gebunden.

## 3. Leistungsumfang, Vergütung und Preise

3.1 Der Umfang der geschuldeten Leistung und Vergütung ergibt sich ausschließlich aus dem der Bestellung zugrunde liegenden Angebot. Ergänzungen und/oder Abweichungen bedürfen zu ihrer Wirksamkeit und Einbeziehung der schriftlichen Bestätigung der HRCG GmbH.

3.2 Für den Fall, dass Umstände eintreten, die die HRCG GmbH nicht zu vertreten hat und die zur einer vorübergehenden Verhinderung der Leistungserbringung führen, verlängern sich vereinbarte Leistungs- und Liefertermine. Der Kunde wird über eingetretene Verhinderungen und damit verbundene Verzögerungen umgehend informiert.

3.3 Die angebotenen Dienstleistungen umfassen folgende Produktarten:

a. Multi-Client-Services: auftraggeberunabhängige Studien für eine unbestimmte Anzahl an Kunden

b. Shared-Services: von einer begrenzten Anzahl von Auftraggebern initiierte Studien zum Erwerb ausschließlich durch die Auftraggeber

c. Exclusive-Services: Beauftragung durch einen einzelnen Kunden, dem das ausschließliche Nutzungsrecht für den individualvertraglich zu regelnden Zeitraum an den Ergebnissen übertragen wird. Spätestens nach Ablauf von 12 Monaten wird das ausschließliche Nutzungsrecht ohne, dass es einer weiteren Vereinbarung oder Abstimmung bedarf in ein nicht-ausschließliches Nutzungsrecht umgewandelt.

3.4 Die Preise sind Netto-Preise in Euro ohne Umsatzsteuer und ohne Versandkosten. Die jeweils geltende gesetzliche Umsatzsteuer wird zusätzlich zu den Netto-Preisen gemäß den gesetzlichen Vorschriften erhoben. Es gelten die Preise zum Zeitpunkt der Bestellung. Erfüllungsort ist Bonn.

## 4. Reisekosten

4.1 Reisekosten im Zusammenhang von HRCG GmbH/ EuPD Research-Workshops beim Kunden, die im Verbund mit Studien angeboten oder optional erworben werden können, sind nicht vom Angebotspreis umfasst und gesondert vom Kunden zu erstatten. Dies gilt nicht für den Fall, dass explizit vereinbart wurde, dass entweder der Workshop selbst oder der Workshop und die dadurch verursachten Reisekosten leistungsgegenständlich und damit nicht gesondert zu vergüten sind.

## Allgemeine Geschäftsbedingungen II

### 5. Versand, Zahlungsbedingungen, Aufrechnung

5.1 Die Versandkosten hängen von dem Umfang und der Lieferadresse der bestellten Produkte sowie von der Versandart ab und werden vor Abgabe der Bestellung mitgeteilt. Für Produkte, die im Wege des Downloads bezogen werden, fallen keine Versandkosten an. Der Kunde hat hiermit zur Kenntnis genommen, dass im Nicht-EU-Ausland Gebühren für Zölle und die Umsatzsteuer des entsprechenden Landes anfallen können, für die die HRCG GmbH weder eintritt noch haftet.

5.2 Als Zahlungsmethode wird ausschließlich Vorkasse akzeptiert. Der Versand der Ware erfolgt nach Eingang des vollständigen Kaufpreises auf dem Konto der HRCG GmbH. Zahlung auf Rechnung ist nur möglich bei bestehender Geschäftsbeziehung oder in Ausnahmefällen nach eingehender Prüfung bei Firmen-, Behörden- oder Hochschulbestellungen per Fax.

5.3 Die Versandart, der Versandweg und das mit dem Versand beauftragte Transportunternehmen werden von der HRCG GmbH nach eigenem Ermessen bestimmt. Die Gefahr geht auf den Kunden über, sobald die Sendung vom Spediteur/Transportunternehmen an den Kunden übergeben bzw. zugestellt wird. Der Kunde hat Transportschäden beim Spediteur/Transportunternehmen anzuzeigen und dies unverzüglich der HRCG GmbH mitzuteilen. Teillieferungen durch die HRCG GmbH sind zulässig, soweit dies sach- und kostengerecht ist.

5.4 HRCG GmbH/ EuPD Research behalten sich das Eigentum an der Ware und die verbindliche Gewährung von Nutzungsrechten (Lizenzen) an Daten und geistigem Eigentum bis zum vollständigen Ausgleich des Rechnungsbetrages vor. Urheberrechte verbleiben kraft Gesetz beim Urheber. Der Kunde ist nur dann berechtigt mit Gegenansprüchen aufzurechnen, wenn diese rechtskräftig festgestellt, unbestritten oder von der HRCG GmbH schriftlich anerkannt wurden. Zurückbehaltungsrechte darf der Kunde nur geltend machen, wenn der Gegenanspruch auf dem gleichen Vertragsverhältnis beruht. Die Abtretung von Ansprüchen des Kunden gegen der HRCG GmbH ist ausgeschlossen.

### 6. Copyright und Nutzungsrechte

6.1 Die Produkte und die darin verkörperten geistigen Schöpfungen (Werke) sind urheberrechtlich geschützt. An dem angebotenen Produkt kann lediglich ein vertragliches, im Einzelnen präzisiertes Nutzungsrecht erworben werden. Urheber bleibt aufgrund gesetzlicher Bestimmungen stets der Schöpfer des Werkes. Jede mögliche und vom Urheberrechtsgesetz nicht ausdrücklich zugelassene Verwertung ist ohne vorherige schriftliche Zustimmung der HRCG GmbH als Lizenzgeber bzw. ohne vorherige schriftliche Zustimmung des Urhebers selbst unzulässig. Dies gilt insbesondere für die Vervielfältigung, Verbreitung, Bearbeitung, Übersetzung, Speicherung, Verarbeitung und Wiedergabe. Zuwiderhandlungen werden straf- und zivilrechtlich verfolgt.

6.2 Dem Kunden wird grundsätzlich ein nicht übertragbares, nicht ausschließliches (ausgenommen Exclusive-Services) Nutzungsrecht zum persönlichen Gebrauch bzw. zum Gebrauch innerhalb des bestellenden Unternehmens selbst an dem Inhalt und den Ergebnissen der Studie eingeräumt.

6.3 Eine Weitergabe der Studieninhalte und Ergebnisse, Veröffentlichung, Nachdruck, Vervielfältigung, einschließlich der Speicherung derselben auf Datenträgern jeder Art, sind nur mit vorheriger schriftlicher Einwilligung der HRCG GmbH erlaubt.

### 7. Haftung

7.1 Die Produkte werden höchst sorgfältig und unter Anwendung professioneller Methodik sowie unter Beachtung gesetzlicher Vorschriften mit der Zielsetzung, die Richtigkeit der Studien und ihrer Ergebnisse bestmöglich zu gewährleisten, erstellt. Die in den Studien enthaltenen Daten basieren u.a. auf Stichprobenerhebungen, die im Einklang mit den üblichen statistischen Methoden nach bestem Wissen und Gewissen durchgeführt wurden. Damit unterliegen die Studien einer statistischen Fehlerrate sowie anderen statistischen Faktoren. Darüber hinaus beziehen sich die Studien ausschließlich auf die zum Zeitpunkt der Erhebung verfügbaren Fakten und Erkenntnisse. Aufgrund des Vorgenannten werden die Richtigkeit und Vollständigkeit der Studien und der darin zur Verfügung gestellten Daten nicht garantiert.

7.2 Die Studien beinhalten spezifische Informationen, jedoch ausdrücklich keine konkrete Investitions- oder Handlungsempfehlung. Für den Fall, dass die Studien aufgrund eigener Entscheidung des Verwenders und in Kenntnis des Vorstehenden als eine unterstützende Maßnahme bei der Entscheidungsfindung eingesetzt werden, wird für den wirtschaftlichen Erfolg der vorgenommenen Investition oder Handlung keine Haftung übernommen.

### 8. Gerichtsstand

8.1 Es gilt ausschließlich das Recht der Bundesrepublik Deutschland.

8.2 Der Gerichtsstand ist Bonn.

### 9. Salvatorische Klausel

Sollte eine Bestimmung oder ein Teil einer Bestimmung dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen ganz oder teilweise unwirksam sein oder eine Regelungslücke enthalten, so berührt dies nicht die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen und Bedingungen und an ihre Stelle treten die gesetzlichen Bestimmungen.

## Impressum

---

### EuPD Research

Adenauerallee 134

53113 Bonn

Phone +49 (0) 228-971 43-0

Fax +49 (0) 228-971 43-11

welcome@eupd-research.com

www.eupd-research.com

### Kontakt

Martin Ammon

E-Mail: m.ammon@eupd-research.com

Telefon +49 (0) 228-971 43-22

EuPD Research® ist eine Marke der HOEHNER RESEARCH & CONSULTING GROUP GmbH.