



**7. Kundenbarometer
erneuerbare Energien**
in Kooperation mit Raiffeisen



Good Energies Lehrstuhl für Management Erneuerbarer Energien, Universität St.Gallen

Der Good Energies Lehrstuhl am Institut für Wirtschaft und Umwelt an der Universität St.Gallen befasst sich mit Fragen des Managements Erneuerbarer Energien, einschliesslich der Analyse von Investitionsstrategien, Energiepolitik, Geschäftsmodellen und Konsumentenverhalten. Die Forschungsergebnisse des Lehrstuhlteams wurden in führenden internationalen Fachzeitschriften veröffentlicht und lieferten Erkenntnisse für Entscheidungsträger in der Schweiz und auf internationaler Ebene. Der Lehrstuhl wurde 2009 gegründet und wird von Prof. Dr. Rolf Wüstenhagen geleitet.

goodenergies.iwoe.unisg.ch

Raiffeisen: drittgrösste Bankengruppe in der Schweiz

Die Raiffeisen Gruppe ist die führende Schweizer Retailbank. Die dritte Kraft im Bankenmarkt erreicht einen Marktanteil im Hypothekengeschäft von 17,2% und ist bestrebt, die nachhaltigen Investitionen im Hausbau zu steigern. Entsprechend wichtig ist es für Raiffeisen, sich mit den Chancen und Risiken erneuerbarer Energien auseinanderzusetzen. Das Kundenbarometer erneuerbare Energien schafft Kontext, gibt wertvolle Einblicke in die Konsumentensicht und zeigt deren Erwartungen gegenüber Finanzinstituten auf. Raiffeisen nutzt die Erkenntnisse aus dieser Zusammenarbeit für die Entwicklung von Nachhaltigkeitsprodukten und -dienstleistungen – zugeschnitten auf die Bedürfnisse ihrer Kunden.

www.raiffeisen.ch

Impressum

Herausgeber	Good Energies Chair for Management of Renewable Energies, University of St.Gallen
Autoren	Karoline Gamma, Alexander Stauch, Rolf Wüstenhagen
Kontakt	rolf.wuestenhagen@unisg.ch
Projektmanagement Raiffeisen	Max Wirz
Layout	misigno graphic-design
Datenerhebung	intervista AG
Originalsprache	Englisch
Deutsche Übersetzung	Alexander Stauch
Website	http://www.iwoe.unisg.ch/kundenbarometer
Urheberrecht	Universität St.Gallen, 2017 Abdruck für nicht kommerzielle Nutzung unter Angabe der Quelle gestattet

Einleitung

Seit 2011 hat sich das Kundenbarometer für erneuerbare Energien als eine der umfassendsten jährlichen Umfragen über die Präferenz der Schweizer Bevölkerung in Energiefragen etabliert. Im Kundenbarometer 2017 wurden einerseits zentrale Themen aus früheren Jahren wieder aufgegriffen, wie die gemeinschaftliche Finanzierung erneuerbarer Energien, Energieeffizienz in Gebäuden und die allgemeine Wahrnehmung in der Bevölkerung von erneuerbaren Energien und deren Entwicklung in der Schweiz. Auf der anderen Seite verstärkt die diesjährige Ausgabe den Fokus auf aktuelle Trends im Energiesektor wie Elektromobilität und Digitalisierung und adressiert wichtige Entwicklungen im Energiemarkt. Für einen besseren Überblick sind am rechten Seitenrand die Hauptthemen der Studie aufgeführt.

Die Studie wurde vom Good Energies Lehrstuhl an der Universität St. Gallen mit finanzieller Unterstützung von Raiffeisen erarbeitet. Unser besonderer Dank geht an die Abteilung Corporate Social Responsibility der Raiffeisen Gruppe und insbesondere an Dr. Ladina Caduff und Dr. Max Wirz für eine produktive und angenehme Zusammenarbeit bei der Gestaltung der Studie. Wir möchten uns auch bei Dr. Michael Schrackmann von der Intervista AG für die Datenerhebung und Céline Wagner von misigno graphic-design für ihre professionelle Unterstützung bei der Publikationsvorbereitung bedanken.

Daten und Methodik

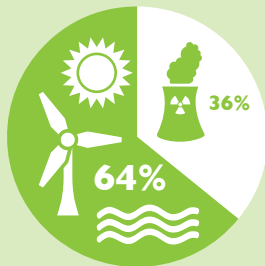
Die Studie basiert auf einer repräsentativen Umfrage unter 1'021 Schweizerinnen und Schweizern im Alter von 16 bis 74 Jahren in der deutsch- und französischsprachigen Schweiz. Die Daten wurden im Januar und Februar 2017 über das B2C online Panel der Intervista AG¹ erhoben. Die Stichprobe der Befragten ist repräsentativ für Geschlecht (51% Frauen) und Ausbildung: 32% der Befragten besitzen einen höheren Bildungsabschluss (Tertiärstufe). Geographisch repräsentiert die Stichprobe die Verteilung der Bevölkerung in der deutsch- und französischsprachigen Schweiz. 25% der Befragten wohnen in der Westschweiz, 24% in den Alpen und Voralpen, 22% im westlichen Mittelland und 29% im östlichen Mittelland. Die Stichprobe des Kundenbarometers 2017 ist auch repräsentativ im Hinblick auf die politische Orientierung, gemessen an den Parteistärken bei den Nationalratswahlen 2015. 29% der Befragten gaben an, dass ihre Ansichten am besten durch die Schweizerische Volkspartei (SVP) repräsentiert werden, 16% gaben die Liberalen (FDP) an, 4% die Bürgerlich-Demokratische Partei (BDP), 12% die Christlichdemokratische Volkspartei (CVP), 5% die Grünliberale Partei (GLP), 7% die Grüne Partei (GPS) und 19% die Sozialdemokratische Partei (SP). Die übrigen 8% gaben an, dass ihre Ansichten am besten durch eine andere Partei repräsentiert werden. 29% der Befragten sind Hauseigentümer, 13% Wohnungseigentümer und 58% Mieter.

¹ <http://www.intervista.ch/en/panel>

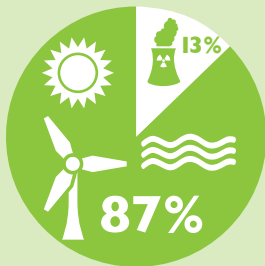
Zusammenfassung

- Die Schweizer Konsumenten haben weiterhin eine **sehr positive Einstellung zu erneuerbaren Energien**. Wenn sie entscheiden könnten, würde der Anteil der erneuerbaren Energien im Schweizer Strommix vom derzeitigen Niveau (64% im Jahr 2015) auf 87% im Jahr 2030 ansteigen. Darüber hinaus bevorzugen die Verbraucher **einheimische Stromerzeugung** anstelle von Importen: der präferierte Strommix im Jahr 2030 soll 81% **«Strom aus Schweizer Produktion»** aufweisen.
- Die Beliebtheit von erneuerbaren Energien spiegelt sich auch in der Bereitschaft der Befragten wider, an **bürgerfinanzierten Solarprojekten** mitzuwirken, wodurch Bürger in regionale Solarprojekte investieren können, ohne dabei ein eigenes Dach oder Grundstück zu besitzen. Während nur 2% der Befragten bereits an Bürgerfinanzierungsprojekten beteiligt sind, sind 61% der Befragten an einer solchen Beteiligung interessiert.
- Neben der Finanzierung erneuerbarer Energien erwarten die Befragten, dass **Banken mit gutem Beispiel vorangehen**, z.B. indem sie Solaranlagen auf ihren Dächern installieren oder Ladeinfrastruktur für Elektromobilität auf den Parkplätzen bereitstellen.
- Während der Bekanntheitsgrad von **Energieeffizienzstandards und Zertifikaten** im Vergleich zum letzten Jahr nicht gestiegen ist, betrachtet die Mehrheit der Befragten (62%) die energetische Bewertung von Gebäuden als wichtig oder sehr wichtig. Dies ist vor allem bei Personen der Fall, die an einem Hauskauf interessiert sind (79%). 69% der Mieter würden lieber in einem Haus mit Solarpanels auf dem Dach wohnen wollen als in einem ohne.
- Die diesjährigen Ergebnisse zeigen, dass der **Übergang zur E-Mobilität an Dynamik gewinnt**. 44% der Befragten können sich vorstellen, als nächstes Auto ein Elektroauto zu kaufen. Die wichtigsten Treiber der Elektromobilität sind Klimaschutz, das bequeme Aufladen zu Hause und die geringen Betriebskosten. Die grössten Engpässe in der Wahrnehmung der Kunden sind nach wie vor die Zahl öffentlicher Ladestationen und die Reichweite von Elektroautos.
- 81 % der Befragten halten die Entscheidung des Bundesrats, die **CO₂-Emissionen der Schweiz bis 2030 um die Hälfte zu senken**, für richtig. 41% der Befragten sehen im Klimaschutz eine Marktchance für den Wirtschaftsstandort Schweiz, indem klimafreundliche Technologien für den Export entwickelt werden. Um den Klimawandel zu bekämpfen, würden 74% der Befragten es befürworten, wenn Treibstoffe bei einer möglichen Erhöhung der CO₂-Abgabe berücksichtigt werden.
- Der **Kenntnisstand der Konsumentinnen und Konsumenten in Energiefragen** ist lückenhaft. Nur ein Drittel der Befragten kann die beiden wichtigsten Quellen der Schweizer Stromerzeugung, Wasserkraft und Kernenergie, korrekt benennen. 80% wissen nicht, wie hoch der KEV-Zuschlag auf ihrer Stromrechnung ist. 52% der Befragten wissen nicht, dass die CO₂-Lenkungsabgabe über die Krankenversicherung an die Bevölkerung zurückerstattet wird. In einer direkten Demokratie ist es wichtig, Fakten zu Energiethemen in der Bevölkerung effektiv zu verbreiten, damit die Bürgerinnen und Bürger gut informierte Entscheidungen über komplexe Sachverhalte wie die Energiezukunft treffen können.
- Die **kommunikative Darstellung von Informationen** kann Abstimmungsergebnisse beeinflussen. Fragt man sie nach ihrer Beurteilung der Entscheidung des Parlaments, die Förderinstrumente für erneuerbare Energien (KEV) auf 5 Jahre zu befristen, äussern sich 29% der Befragten kritisch. Dieser Anteil steigt auf 43% an, wenn die Befragten vorher die Entscheidung des Parlaments bewerten mussten, die Laufzeit der Atomkraftwerke nicht zu befristen. Werden beide Aspekte gemeinsam in einer Frage abgefragt, steigt der Anteil der Kritiker auf 55%.
- Die Ergebnisse des Kundenbarometers zeigen an verschiedenen Stellen, dass erneuerbare Energien und Umweltschutz bei Frauen einen höheren Stellenwert einnehmen als bei Männern. 91% der Frauen – gegenüber 77% der Männer – ist es wichtig, dass ihr Strom aus erneuerbaren Energiequellen stammt. Weitere **Unterschiede zwischen den Geschlechtern** werden sichtbar, wenn es um Zielkonflikte zwischen Gesundheit und individueller Freiheit geht: 79% der Frauen, aber nur 62% der Männer, unterstützen die Idee eines Verbots von Dieselfahrzeugen in Städten bis 2025. Technologische Innovationen, wie bspw. die Elektromobilität, stossen hingegen bei Männern auf höhere Zustimmungsraten als bei Frauen.

PRÄFERENZ FÜR ERNEUERBARE ENERGIEN



■ Erneuerbare Energien
■ Nicht-erneuerbare Energien



Schweizer Strommix 2015

Gewünschter Strommix 2030

STROM «AUS DER SCHWEIZ FÜR DIE SCHWEIZ»

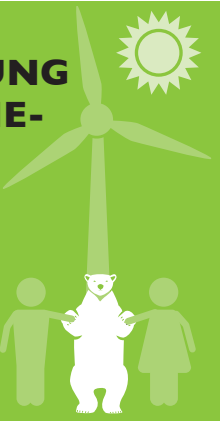


Wenn Konsumenten entscheiden könnten, würde mehr als 80% des Schweizer Strombedarfs aus einheimischen Quellen gedeckt werden

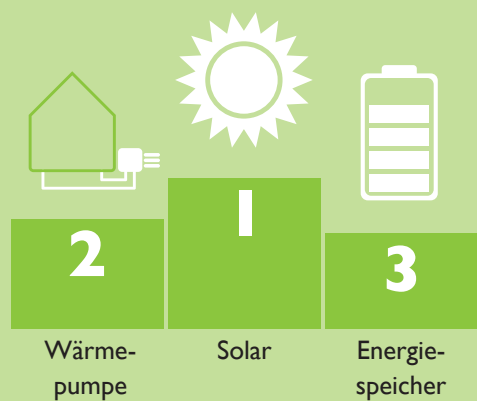
BÜRGER-FINANZIERUNG VON ENERGIE-PROJEKTEN

61%

interessieren sich für eine direkte finanzielle Beteiligung an erneuerbaren Energieprojekten



DIE BELIEBTESTEN ERNEUERBAREN ENERGIETECHNOLOGIEN ...welche Hausbesitzer installieren würden

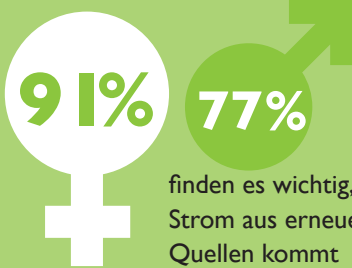


Wärmepumpe

Solar

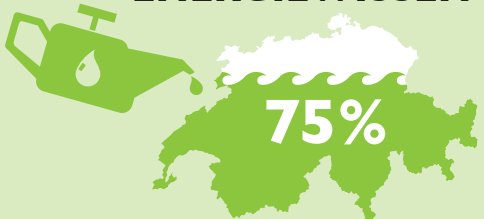
Energiespeicher

GESCHLECHTS-UNTERSCHIEDE BEI ENERGIEPRÄFERENZEN



finden es wichtig, dass ihr Strom aus erneuerbaren Quellen kommt

LÜCKENHAFTES ENERGIEWISSEN

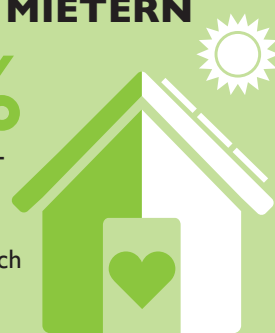


Nur 4% wissen, dass 75% des Energiebedarfs der Schweiz (Wärme, Strom und Treibstoffe) heute durch Importe gedeckt wird

PRÄFERENZEN VON MIETERN

69%

der Mieter bevorzugen ein Mietobjekt in einem Haus mit Solardach



VERBOT VON DIESELFahrZEUGEN IN STÄDTEN AB 2025



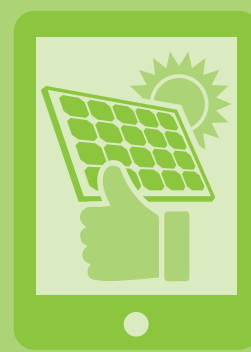
71% würden es gutheissen, wenn die Schweiz dem Beispiel von Weltstädten wie Paris, Athen, Madrid und Mexico City folgt, die ab 2025 Dieselfahrzeuge verbieten

BEITRAG ZUM KLIMASCHUTZ



befürworten es, dass die Schweiz sich verpflichtet hat, bis 2030 ihre Treibhausgasemissionen um 50% zu reduzieren

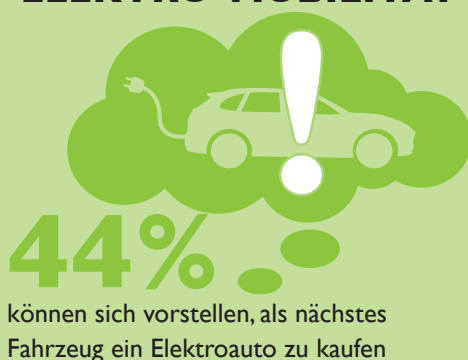
DIGITALISIERUNG



83%

begrüssen digitale Energiedienstleistungen, die eine bessere Netzintegration von Solarenergie erlauben

ELEKTRO-MOBILITÄT



können sich vorstellen, als nächstes Fahrzeug ein Elektroauto zu kaufen

MIT GUTEM BEISPIEL VORANGEHEN

72% erwarten, dass Banken eine aktivere Rolle in der Unterstützung von erneuerbaren Energien übernehmen, z.B. durch die Installation von Solaranlagen auf ihren Dächern



Kundenpräferenzen für erneuerbare Energie

Die Resultate des diesjährigen Kundenbarometers bestätigen den guten Ruf der erneuerbaren Energien in der Schweizer Bevölkerung. 84% der Befragten haben angegeben, dass es ihnen eher (40%) oder sehr wichtig (44%) ist, dass ihr **Strom aus erneuerbaren Energiequellen stammt**. Bei Frauen (91%) ist die Präferenz für erneuerbare Energie sogar noch stärker ausgeprägt als bei Männern (77%). Die Beliebtheit der erneuerbaren Energiequellen wird durch weitere Ergebnisse, bspw. dass das Energieangebot in erster Linie klimafreundlich sein sollte (Rang 1), bestätigt. Andere Merkmale der Energieversorgung, wie die Versorgungssicherheit und die finanzielle Erschwinglichkeit belegen Rang 2 bzw. Rang 3.

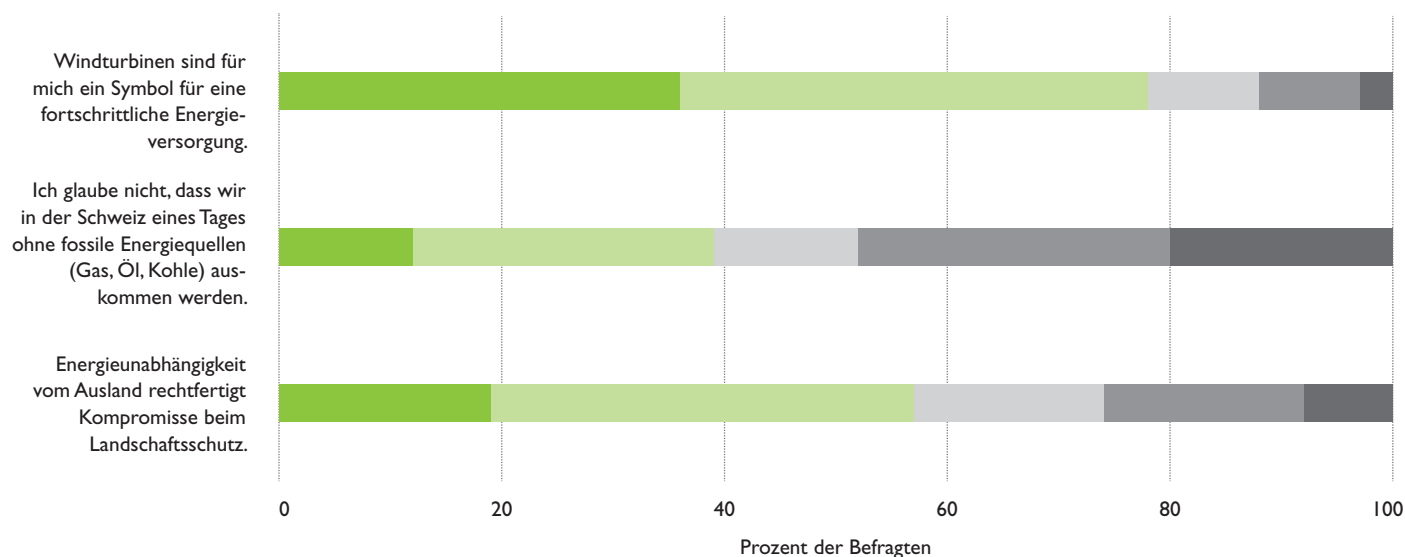
Die **Präferenz für eine klimafreundliche Energieversorgung** könnte ein Grund dafür sein, dass sich die Befragten bis 2030 einen höheren Anteil an erneuerbaren Energien (87% anstatt 64%) und weniger nicht-erneuerbare Energien (13% anstatt von 36%) im Strommix wünschen. Darüber hinaus wünschen sich die Konsumenten einen diversifizierteren **Strommix im Jahr 2030**. Während Wasserkraft mit einem Anteil von 32% am zukünftigen Strommix die beliebteste Stromquelle bleibt, soll der Anteil an Solar- (21%) und Windstrom (14%) erheblich steigen. Biomasse und Geothermie sollen ein weiteres Fünftel des zukünftigen Strommixes ausmachen. Wenn die Konsumenten entscheiden könnten, würde bis 2030 der Anteil an Atomstrom auf 8% sinken, während der Anteil an fossilen Energieträgern auf 4% begrenzt werden sollte. Diese Ergebnisse sind konsistent mit den Bedenken der Bevölkerung in Hinblick auf den Klimawandel.

Abgesehen von dem positiven Trend für erneuerbaren Strom bestehen auch Zweifel hinsichtlich einer Energiezukunft ohne fossile Energieträger. 39% aller Befragten glauben nicht, dass die Schweiz in Zukunft unabhängig von Öl, Gas und Kohle werden kann. Vergleicht man dieses Ergebnis mit den Ergebnissen aus 2012, so hat sich der Anteil der Skeptiker um 10% verringert. Daraus lässt sich schliessen, dass der **Optimismus hinsichtlich der Machbarkeit einer erneuerbaren Energiezukunft langsam aber sicher steigt**. Ein ähnlicher Trend lässt sich in Bezug auf die Symbolwirkung von Windturbinen erkennen: Von 2016 zu 2017 stieg der Anteil der Befragten, die Windturbinen als ein Zeichen für eine fortschrittliche Energieerzeugung sehen, von 72% auf 78%, was für eine grössere soziale Akzeptanz der Windenergie spricht.

57% der Befragten gaben ausserdem an, dass Kompromisse beim Landschaftsschutz gerechtfertigt seien, um Energieunabhängigkeit zu erreichen. Diese Ansicht wird stärker von Männer (62%) als von Frauen (51%) vertreten.

«In welchem Ausmass stimmen Sie folgenden Aussagen zu?»

■ Stimme zu ■ Stimme eher zu ■ Neutral ■ Stimme eher nicht zu ■ Stimme nicht zu

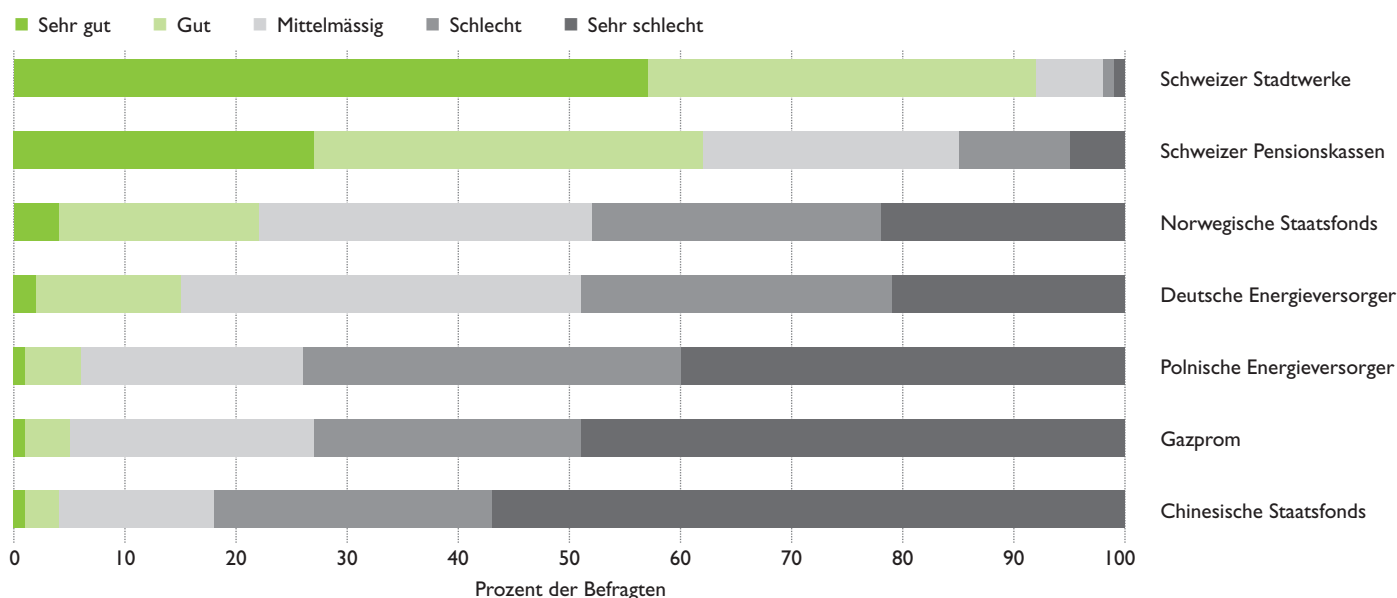


Kundenpräferenzen für Energie «Made in Switzerland»

Wenn es um die Frage der Energieherkunft geht, haben Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten eine klare Präferenz für **Strom «made in Switzerland»**. Könnten die Befragten des diesjährigen Kundenbarometers entscheiden, würde in 2030 81% des Stroms in der Schweiz produziert werden und nur 15% aus Importen² gedeckt werden. Während die Mehrheit der Befragten Strom aus der Schweiz bevorzugen, sprechen sich einige der Befragten sogar für noch mehr Regionalität aus. 46% präferieren Strom aus ihrer Region und 10% präferieren sogar eine Stromproduktion innerhalb ihrer Gemeinde. In Bezug auf Stromimporte werden Importe aus Europäischen Nachbarländern (11%) jenen aus unbestimmten Europäischen Ländern (4%) vorgezogen.

Eine Präferenz für Swissness zeigt sich auch bei der Frage nach neuen **Eigentümern von Wasserkraftwerken**. Im Jahr 2016 haben grosse Schweizer Energieunternehmen nach neuen Investoren für ihre Wasserkraftwerke³ gesucht. Wir haben im diesjährigen Kundenbarometer die Teilnehmer nach ihrer Meinung zu potentiellen neuen Investoren gefragt. Die Ergebnisse zeigen den klaren Wunsch der Konsumenten, dass Schweizer Wasserkraftwerke in Schweizer Hand bleiben sollen. 92% der Befragten befürworten Schweizer Stadtwerke und 62% Schweizer Pensionskassen als neue Investoren, was erneut den guten Ruf der Schweizer Stadtwerke aufzeigt. Fragt man nach ausländischen Investoren, sinkt die Zustimmung stark und erreicht maximal noch 22% im Falle von Norwegischen Staatsfonds. Während noch 15% der Befragten Deutsche Energiefirmen als neue Investoren guthessen würden, sinkt die Unterstützung auf 6% bei Polnischen Energieversorgern. Nur 4 bis 5% der Befragten unterstützen die Idee, dass Gazprom oder ein Chinesischer Staatsfonds als Investor für Schweizer Wasserkraftwerke auftreten könnte.

«Grosse Schweizer Stromversorger haben angekündigt, neue Investoren für ihre Wasserkraftwerke zu suchen. Wie fänden Sie es, wenn folgende Investoren Anteile an den Schweizer Wasserkraftwerken erwerben würden?»



² Die übrigen 4% können entweder innerhalb oder ausserhalb der Schweiz produziert werden, da die Befragten die Möglichkeit hatten, anzugeben, dass ihnen der Ort der Stromproduktion egal ist.

³ <http://www.handelszeitung.ch/unternehmen/axpo-will-wasserkraftwerke-verkaufen-1215377> <http://www.tagesanzeiger.ch/wirtschaft/unternehmen-und-konjunktur/Deshalb-verkauft-Alpiq-49-Prozent-seiner-Wasserkraftwerke/story/19357382>

Bürgerfinanzierung erneuerbarer Energien

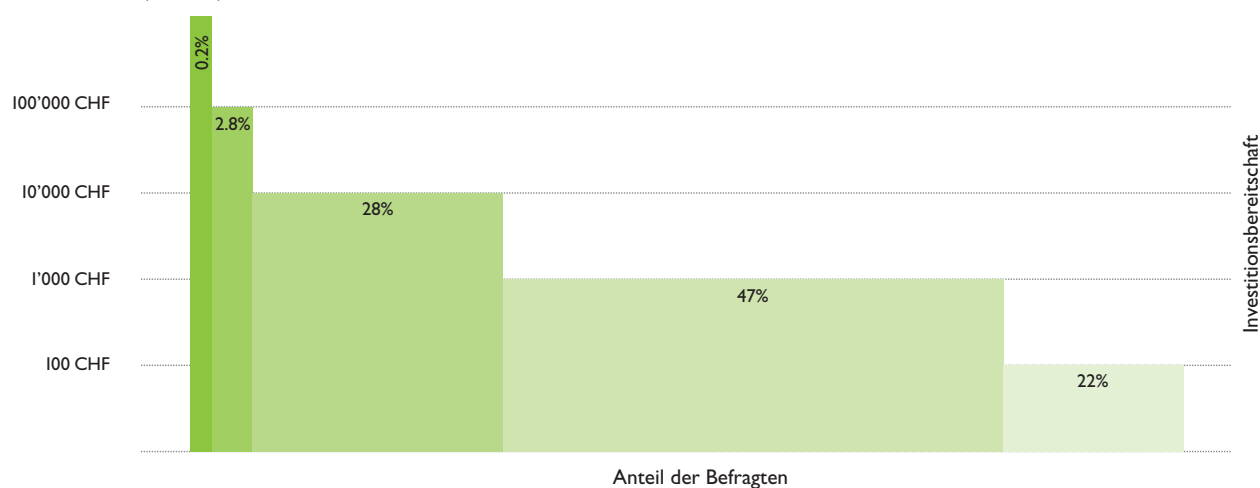
Seit 2010 haben sich **Bürgerfinanzierungsprojekte für erneuerbare Energien** in mehreren Ländern stark verbreitet. Die bekannteste Form solcher Projekte ist das sogenannte Community Solar, welches seinen Ursprung in den USA hat und Kunden, die kein eigenes Dach besitzen, die Möglichkeit bietet, trotzdem in Solarpanels zu investieren. Auch in der Schweiz, in welcher einer der ersten Anbieter das Elektrizitätswerk der Stadt Zürich (EWZ)⁴ war, wächst die Anzahl von Community Solar Projekten. Dies ist wenig überraschend, da bei Kunden solche Projekte sehr beliebt sind und eine grosse Unterstützung erfahren. Während nur 2% der Befragten bereits in solche Bürgerprojekte investiert haben, interessieren sich 61% der Befragten für eine Investition in ein solches Projekt. Diese beiden Gruppen von Befragten (N=646) gaben an, dass **die wichtigsten Gründe für eine solche Investition ein Beitrag zum Umweltschutz und zur Energiewende (65%)**, mehr Unabhängigkeit von Stromimporten aus dem Ausland (54%) und ein Beitrag zur lokalen Gemeinschaft (26%) sind. Nur 21% der Befragten haben finanzielle Renditen als einen der zwei wichtigsten Gründe für eine Investition in Bürgerprojekte für erneuerbare Energien angegeben.

Bezüglich der Investitionsbereitschaft hat der grösste Anteil der an Bürgerbeteiligungsprojekten Interessierten (47%) angegeben, dass sie sich eine Investition zwischen 100 und 1'000 CHF vorstellen könnten. Dies entspricht den Ergebnissen aus dem Kundenbarometer von 2015 und ist in etwa die typische Investitionshöhe für Community Solar Projekten, bei welcher Kunden üblicherweise in ein oder zwei Solarpanels investieren. Beinahe ein Drittel der potentiellen **Investoren in Bürgerbeteiligungsprojekte** könnten sich sogar vorstellen, mehr als 1'000 CHF zu investieren. 22% können sich vorstellen, weniger als 100 CHF in Bürgerprojekte zu investieren, was für Anbieter solcher Projekte eine Herausforderung hinsichtlich tragbarer Transaktionskosten sein könnte. Bezüglich der **Präferenzen für eine Technologie** haben 54% der potentiellen Investoren eine Präferenz für Solarstromprojekte, welche momentan die beliebteste Form von Bürgerprojekten ist. Die Ergebnisse zeigen aber auch Potential für neue Produktentwicklungen im Bereich Bürgerfinanzierung auf, da potentielle Investoren auch an Wasser- (46%) und Windenergieprojekten (40%) interessiert sind.

Wer sollte solche Projekte realisieren? Genossenschaften und lokale Elektrizitätswerke sind am beliebtesten. 35% der potentiellen Investoren würden gerne Anteile an einer Solargenossenschaft kaufen. 29% würden ein Modell bevorzugen, in welchem das lokale Elektrizitätswerk das Projekt realisiert und im Gegenzug Solarstrom zur Verfügung stellt. 28% würden hingegen lieber eine Direktbeteiligung an der Solaranlage über das lokale Elektrizitätswerk erwerben. Nur 8% haben angegeben, dass sie über eine Bank und einen Fonds in Bürgerprojekte investieren würden.

«Wie viel Geld könnten Sie sich vorstellen in einem Bürgerbeteiligungsprojekt anzulegen?»

(N=646)



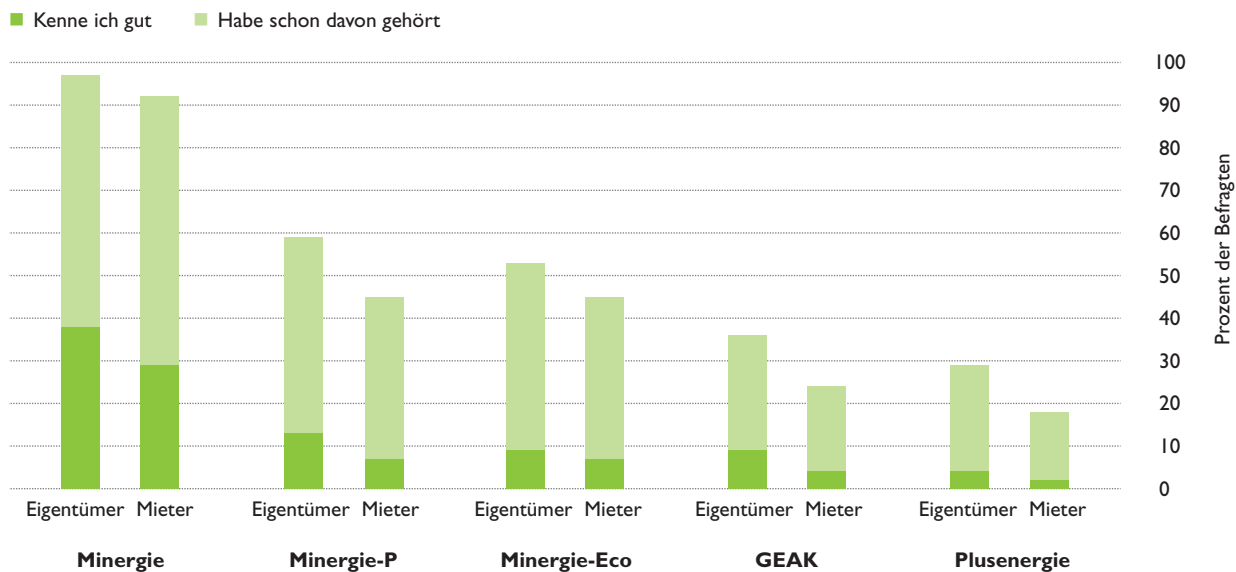
⁴ <https://www.ewz.ch/de/private/energie-produzieren/an-solaranlage-beteiligen.html>

Energieeffizienz in Gebäuden – Standards und Zertifizierungen

Energielabels und Zertifizierungen werden häufig genutzt, um Konsumenten über die Energieeffizienz von Produkten, wie bspw. elektronische Geräte oder Autos, zu informieren. Im Immobilienmarkt dienen solche Zertifizierungen demselben Zweck. Sie bieten Hausbesitzern oder potentielle Hauskäufern verlässliche Informationen über die Energieeffizienz und die Unterhaltskosten einer Immobilie. Im Vergleich zum letzten Jahr hat sich der Bekanntheitsgrad von existierenden Gebäudeenergieausweisen bei Schweizer Konsumenten nicht erhöht. Daher besteht hier weiterhin Verbesserungspotential im Hinblick auf die Kommunikation solcher Zertifizierungen und Energielabels. Der **Minergie Standard** ist mit 61% der Befragten, die «schon davon gehört haben», und 33%, die ihn «gut kennen», immer noch der bekannteste Standard. Verwandte Standards, wie bspw. **Minergie-P** oder **Minergie-Eco**, oder auch das **Plusenergie-label** sind unter den Befragten weniger bekannt. Dasselbe gilt für den **Gebäudeenergieausweis der Kantone** (GEAK⁵), welcher in den meisten Kantonen noch freiwillig erstellt wird. 23% der Befragten haben vom GEAK bereits gehört und 6% kennen ihn gut. Generell sind Wohneigentümer besser mit den verschiedenen Gebäudeenergieausweisen vertraut als Mieter.

Ähnlich wie im letztjährigen Kundenbarometer haben 59% der Befragten angegeben, dass sie die Idee einer **obligatorischen GEAK Zertifizierung** unterstützen würden. Interessanterweise befürworten mehr Mieter (66%) als Wohneigentümer (49%) eine solche obligatorische Zertifizierung. Hingegen ist den Mietern (56% wissen es nicht) im Vergleich zu den Wohneigentümern (37% wissen es nicht) die gegenwärtige Energiezertifizierung ihres Wohngebäudes weniger bekannt.

«Wie bekannt sind Ihnen die folgenden Gebäude-Energiestandards/Zertifizierungen?»



Die übrigen Befragten haben angegeben, dass sie die erwähnten Energieeffizienzstandards/Zertifikate nicht kennen.

⁵ <https://www.geak.ch>

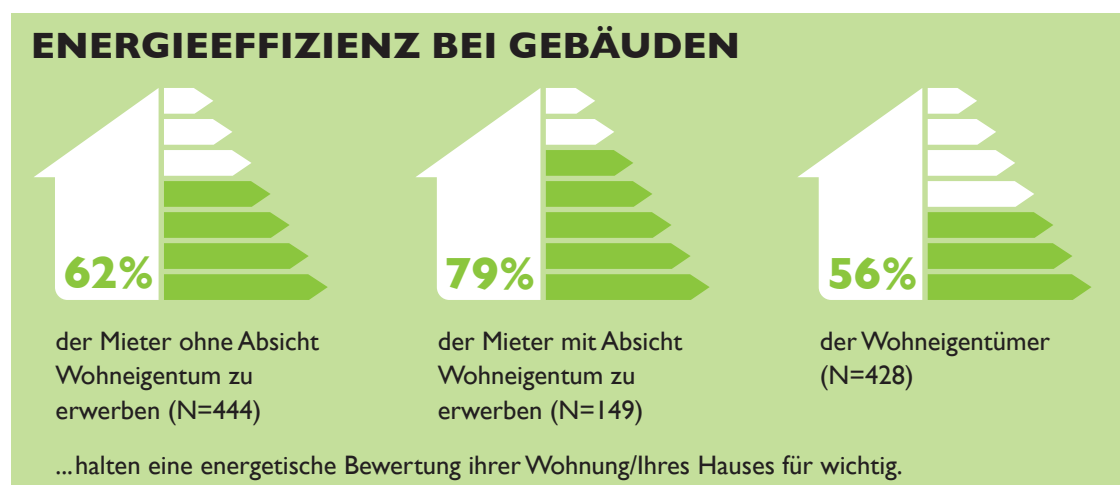
Energetische Immobilienbewertung und Renovationen

Für die Mehrheit der Befragten (62%) ist eine **energetische Bewertung von Immobilien** wichtig. Es gibt jedoch Unterschiede in Hinblick darauf, ob die Befragten Wohneigentum besitzen (N=428), Mieter (N=444) oder Mieter mit der Absicht Wohneigentümer zu werden (N=149) sind. Die energetische Bewertung ist für diejenigen Befragten am wichtigsten, die angegeben haben, dass sie während der nächsten Jahre beabsichtigen Wohneigentum zu erwerben (79%). Im Vergleich waren es bei Mietern nur 62% und bei Wohneigentümern nur 56%, die eine energetische Bewertung der Immobilie als wichtig empfinden. Für potentielle Wohneigentümer äussert sich die Bedeutung der energetischen Bewertung von Immobilien auch in einer höheren Zahlungsbereitschaft. Durchschnittlich würden sie 500 CHF für die energetische Bewertung eines Kaufobjektes bezahlen, während Wohneigentümer nur die Hälfte (250 CHF) für eine energetische Bewertung ihrer Immobilie zahlen würden.

Für potentielle Wohneigentümer sind die drei wichtigsten Gründe für eine energetische Bewertung einer Immobilie die Informationen über deren Unterhaltskosten (Rang 1), Informationen über die Notwendigkeit einer energetischen Renovation (Rang 2) und die finanzielle Tragbarkeit der Immobilie (Rang 3). Die wichtigsten Informationsquellen hinsichtlich des energetischen Zustandes einer Immobilie sind der Immobilienverkäufer (56%), der Immobilienmakler (44%) oder der Architekt (33%)⁶. Andere Informationsquellen wie bspw. eine Bank oder der Generalunternehmer sind weniger wichtig.

Wohneigentümer würden sich hingegen hauptsächlich bei **unabhängigen Informationsquellen**, wie bspw. bei einer unabhängigen Beratungsstelle (57%) oder bei Freunden und Kollegen (43%), erkundigen, um **Informationen über Renovationen zur Steigerung der Energieeffizienz zu sammeln**. Im Falle einer solchen Renovation würden Wohneigentümer als erstes deren Wirtschaftlichkeit betrachten, d.h., ob die resultierenden Einsparungen die Renovationskosten rechtfertigen. Der zweitwichtigste Aspekt ist, ob die Renovation den CO₂ Fussabdruck des Gebäudes senkt. Finanzielle Tragbarkeit und eine Steigerung des Wohnkomforts teilen sich den dritten Rang.

Schliesslich fühlen sich Wohneigentümer gut über verschieden Aspekte einer Renovation informiert, wie bspw. über die erreichbaren Energieeinsparungen, das Kosten-Nutzen Verhältnis einer Investition für mehr Energieeffizienz, über Finanzierungsmöglichkeiten und über Steuerersparnisse im Zuge einer Renovation. Im Gegensatz dazu, fühlen sich weniger als 25% der Wohneigentümer gut über mögliche finanzielle Unterstützung und Zuschüsse für eine energetische Zertifizierung von Immobilien informiert, wodurch eine stärkere Verbreitung solcher Zertifizierungen möglicherweise verhindert wird.



⁶ Die Befragten konnten mehr als eine Informationsquelle angeben.

Erneuerbare Energie in Gebäuden

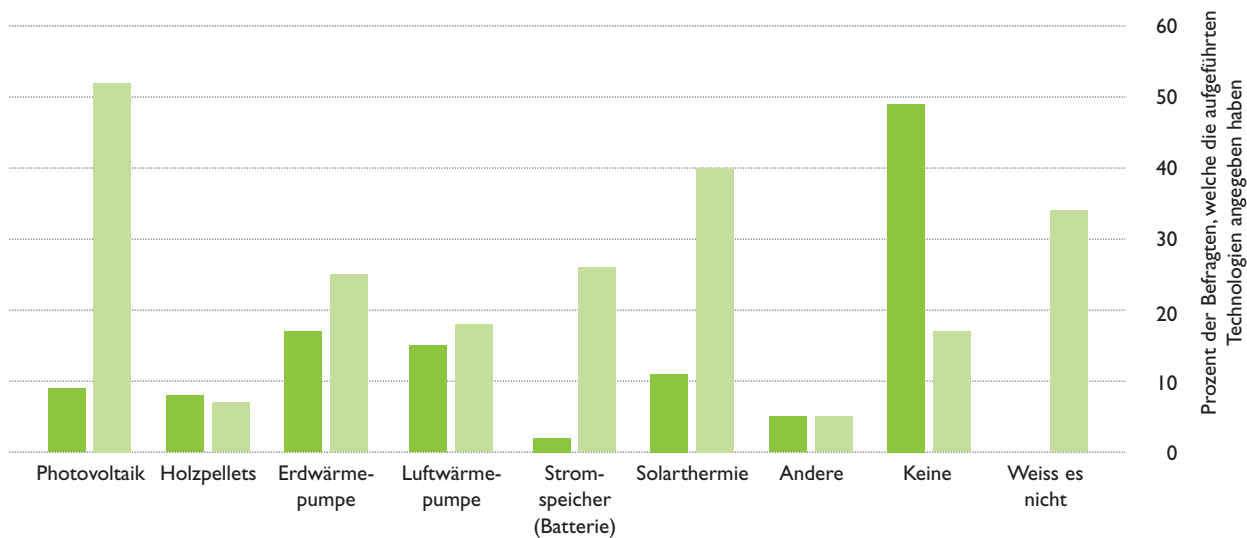
Das diesjährige Kundenbarometer untersuchte erneut, inwieweit **erneuerbaren Energien in Gebäuden** genutzt werden. Während 49% der Wohneigentümer noch keinerlei erneuerbare Energietechnologien installiert haben, besitzen 32% eine Wärmepumpe, 11% Solarthermie, 9% Photovoltaiksysteme, 8% Technologien zur Nutzung von Holzpellets und 2% Batterien für Stromspeicher.

8% der Wohneigentümer haben sich bereits entschlossen (weitere) erneuerbare Energietechnologien zu installieren. Weitere 41% ziehen dies ebenfalls in Betracht, haben sich aber noch nicht entschieden. 34% haben sich noch nicht mit der Thematik befasst und lediglich 17% gaben an, sich gegen die Installation von erneuerbaren Energietechnologien im eigenen Heim entschieden zu haben. Wohneigentümern, die sich zur Installation von (weiteren) erneuerbaren Energietechnologien entschlossen haben oder dies in Betracht ziehen (N=210), **bevorzugen überwiegend (52%) Photovoltaiksysteme** aber auch Solarthermie-Anlagen (40%). Wärmepumpen belegen den zweiten Platz (43%). Batteriespeicher sind eine innovative Technologieoption, die für 26% der Wohneigentümer als Investition in Frage kommt.

Der gute Ruf von erneuerbaren Energietechnologien zeigt sich auch in Hinblick auf die **Präferenzen von Mietern**, welche zurzeit kein Wohneigentum erwerben wollen (N=444). Haben Mieter die Wahl zwischen einer Wohnung in einem Mietshaus mit einer Photovoltaikanlage und einem ohne (alle anderen Aspekte sind identisch bei beiden Wohnungen), so würden sich 69% eher für das Mietshaus mit einer Photovoltaikanlage entscheiden (20% sind unentschlossen). Stellt man dieselbe Gruppe von Mietern vor die Wahl zwischen einer Wohnung mit oder ohne Ladeinfrastruktur für Elektroautos, würden 39% das Mietobjekt wählen, welches eine solche Ladeinfrastruktur bietet (27% sind unentschlossen). Ferner konnte festgestellt werden, dass Mieter auch bereit sind, für solche neuen Technologien zu bezahlen. Werden sie vor die Wahl gestellt, zwischen einer Wohnung mit Solardach und Ladestationen für Elektroautos und einer Wohnung ohne die beiden Elemente zu entscheiden, bevorzugen 38% die erstgenannte Wohnung, sogar zu einem Mietaufschlag von 50 CHF pro Monat (32% waren unentschlossen).

«Ist eine der folgenden erneuerbaren Energietechnologien in Ihrer Immobilie installiert?/ Welche (zusätzliche) Energietechnologie beabsichtigen Sie zu installieren?»

■ Gegenwärtig installierte Technologie ■ Zukünftige Installationsabsicht



Elektromobilität auf dem Vormarsch

Mitteilungen der Automobilindustrie von 2016 und Anfang 2017, wie beispielsweise die Kooperation zwischen BMW, Daimler, Ford und Volkswagen über den gemeinsamen Aufbau eines Schnellladestationen-Netzwerks in Europa⁷, lassen vermuten, dass die **Elektromobilität** kurz vor dem Durchbruch steht. Das diesjährige Kundenbarometer greift diese wichtige Entwicklung auf und untersucht die Konsumentenperspektive. Obwohl 42% der Befragten angaben, an Elektromobilität interessiert zu sein, besitzen nur 2% bereits ein Elektroauto⁸. 14% der Befragten haben ein Elektroauto bereits Probe gefahren oder eine Offerte bei einem Autohändler eingeholt. Von denjenigen Befragten, die noch kein Elektroauto besitzen (N=1005) gaben 44% an, dass sie sich vorstellen könnten, als nächstes Auto ein Elektroauto zu kaufen. In der letztjährigen Ausgabe des Kundenbarometers für erneuerbare Energien gaben nur 25% der Umfrageteilnehmer an, dass sie sich vorstellen könnten, innerhalb der nächsten zwei Jahren ein Elektroauto zu kaufen.

Bezüglich dem **sozio-demographischen Profil der potentiellen Elektroautokäufer** konnte einmal mehr gezeigt werden, dass die Kaufbereitschaft für ein Elektroauto positiv mit dem Einkommen korreliert. Während sich der Anteil der Befragten, die sich vorstellen können, ein Elektroauto zu kaufen, bei den drei tiefsten Einkommensklassen (Einkommen unter CHF 6'000 pro Monat) auf maximal 36% beläuft, liegt er bei über 50% in den zwei höchsten Einkommensklassen (monatliches Einkommen über CHF 9'000).

Ferner zeigt sich, dass die **Kaufbereitschaft für ein Elektroauto** bei Männern (47%) höher ausfällt als bei Frauen (41%) und mit steigendem Alter sinkt. Während 55% der Befragten unter 30 Jahren und 48% derjenigen zwischen 30 und 44 Jahren bereit sind, ein Elektroauto zu kaufen, gaben bei den 45 bis 59 Jährigen nur 43% an, den Kauf eines Elektroautos in Erwägung zu ziehen. Bei den über 59 jährigen Befragten sind es sogar nur 31%. Wie im letztjährigen Kundenbarometer stechen auch dieses Jahr die Wähler der Grünliberalen Partei (GLP) mit 63% Elektromobilitäts-Interessenten und 58% Kaufwilligen im Vergleich zu Wählern der Schweizerischen Volkspartei (SVP) mit 34% Interessierten und 39% Kaufbereiten für Elektroautos⁹ heraus.

«Könnten Sie sich vorstellen, als nächstes ein Elektroauto zu kaufen?»



⁷ <http://www.handelsblatt.com/unternehmen/industrie/daimler-bmw-vw-deutsche-autohersteller-planen-schnellladenetzt-fuer-e-autos/14907786.html>

⁸ Dieser Prozentsatz entspricht der Schweizer PKW Statistik, welche aufzeigt, dass im Jahr 2016 2% (gerundeter Wert) aller zugelassenen PKWs in der Schweiz entweder Elektro- oder Hybridautos waren (<https://www.bfs.admin.ch/>).

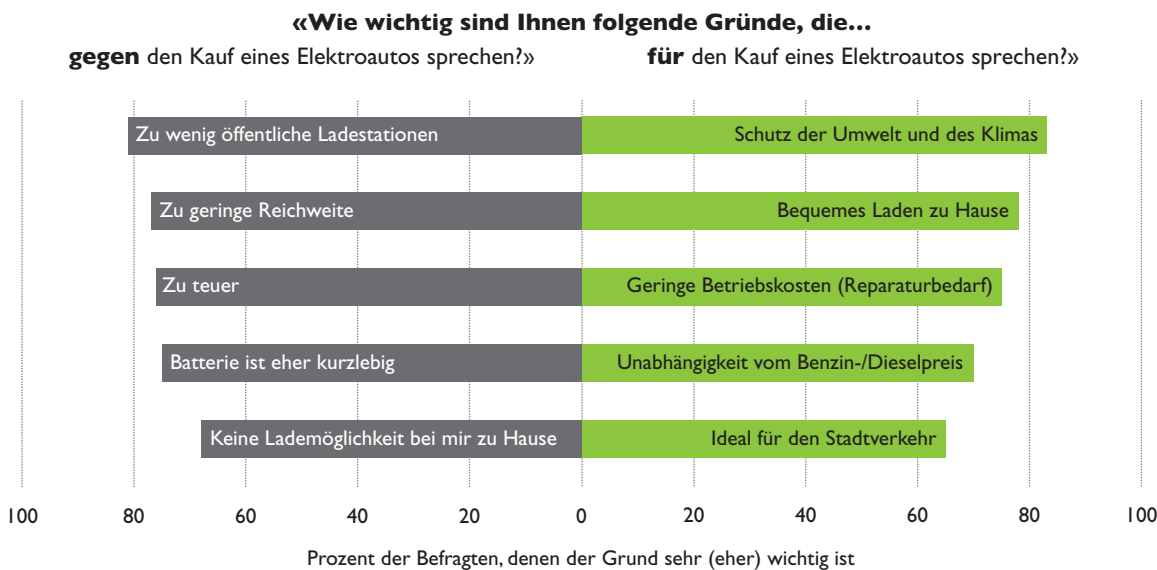
⁹ Bei den restlichen Wählern können sich zwischen 42% (CVP und FDP) und 50% (GPS) der Befragten vorstellen, dass ihr nächstes Auto ein Elektroauto sein könnte.

Elektromobilität – Treiber und Hindernisse

Um die **Verbreitung der Elektromobilität voranzutreiben**, wurde die Ladeinfrastruktur erneut als der wichtigste Hebel identifiziert. 46% aller Befragten sprechen sich für ein Schnellladernetzwerk entlang der Autobahnen aus. Dies steht etwas im Kontrast zu Studien aus Ländern mit einer hohen Dichte an Elektroautos, wie beispielsweise Norwegen. Hier zeigt sich, dass 83% des Aufladens zu Hause getätigt werden¹⁰. 39% der Befragten des diesjährigen Kundenbarometers halten Steueranreize für ein effektives Mittel zur Unterstützung der Verbreitung von Elektromobilität, 34% fänden kostenlose öffentliche Lademöglichkeiten begrüssenswert und 29% finanzielle Zuschüsse beim Elektroautokauf. Ladestationen am Arbeitsplatz würden von 23% der Befragten geschätzt werden.

Ein **eigenes Fahrerlebnis** mit einem Elektroauto kann als ein vielversprechender Weg angesehen werden, um anfängliche Bedenken zu überwinden, wie bspw., dass die Reichweite mit einem solchen Auto zu gering ausfallen könnte. Ebenfalls könnten so Vorteile von Elektroautos, wie eine bessere Beschleunigung oder bequemes Laden zu Hause, besser vermittelt werden. Die aktuelle Studie zeigt, dass gegenwärtig aber nur 15% der Befragten ihr Auto für ein Wochenende gegen ein Elektroauto zur Probe tauschen würden. Jedoch sind mehr Frauen (18%) als Männer (12%) an dieser Möglichkeit interessiert. Initiativen zur Förderung von Elektromobilität durch das Anbieten von Probefahrten – zum Beispiel mit der eCar4Car¹¹ Initiative – sollten diese Erkenntnis nutzen und gezielt Frauen ansprechen.

Als eindeutig **wichtigsten Grund für den Kauf eines Elektroautos** nannten 83% der Befragten den Klimaschutz. Bequemes Laden zu Hause wird von 78% der Befragten ebenfalls als sehr oder eher wichtig betrachtet. Tiefere Unterhaltskosten (75%) und Unabhängigkeit von fossilen Energieträgern (70%)¹² belegen die Plätze 3 und 4. 65% nannten den praktikablen Einsatz von Elektromobilität im Stadtverkehr als wichtigen Kaufgrund. Die wichtigsten Gründe, die gegen den Kauf eines Elektroautos sprechen, betreffen die Ladeinfrastruktur, die Reichweite und den Preis. Für 81% der Befragten stellt eine unzureichende Anzahl an öffentlichen Ladestationen¹³ eines der grössten Hindernisse für Elektroautos dar. 77% nannten die geringe Reichweite von Elektroautos als Hindernis¹⁴, 76% empfinden Elektroautos als zu teuer und 75% zeigten Bedenken in Hinblick auf die Lebensdauer der Batterie. Für 68% der Befragten ist eines der Haupthindernisse für den Kauf eines Elektroautos die fehlende Lademöglichkeit zu Hause.



¹⁰ <http://wpstatic.idium.no/elbil.no/2016/06/paper-evs29-norwegian-ev-success.pdf>

¹¹ <http://www.swiss-emobility.ch/de/swiss-eday/Swiss-eDay-2016/eCar4Car.php>

¹² 83% der Befragten glauben, dass der Benzinpreis bis 2020 ansteigen wird, was ein Grund dafür sein könnte, dass Unabhängigkeit vom Benzin- und Dieselpreis als ein wichtiger Treiber der Elektromobilität identifiziert werden konnte.

¹³ Es ist wenig überraschend, dass die fehlende Ladeinfrastruktur eine der wichtigsten Hindernisse in den Augen der Kunden bleibt, da über 50% der Befragten denken, dass es weniger als 1'000 öffentliche Ladestationen in der Schweiz gibt. Gemäss EnergieSchweiz und dem Bundesamt für Energie gehört die Schweiz mit 1'600 öffentlich zugänglichen Ladestationen in 2016 jedoch weltweit zu einem der Länder mit der höchsten Ladestationsdichte (Energieeffiziente Fahrzeuge, Markttrends 2017, <https://energieplus.com/2017/03/09/wie-entwickelt-sich-der-automarkt/> & <https://chargemap.com/about/stats/switzerland>).

¹⁴ 64% der Befragten verlangen eine Mindestreichweite von 250 km oder mehr für ihr Elektroauto (24% sogar eine Mindestreichweite von 500 km). Männer und SVP-Wähler verlangen durchschnittlich eine höhere Mindestreichweite als Frauen und Wähler einer anderen Partei.

Die Rolle der Finanzbranche: Produkte und Prozesse

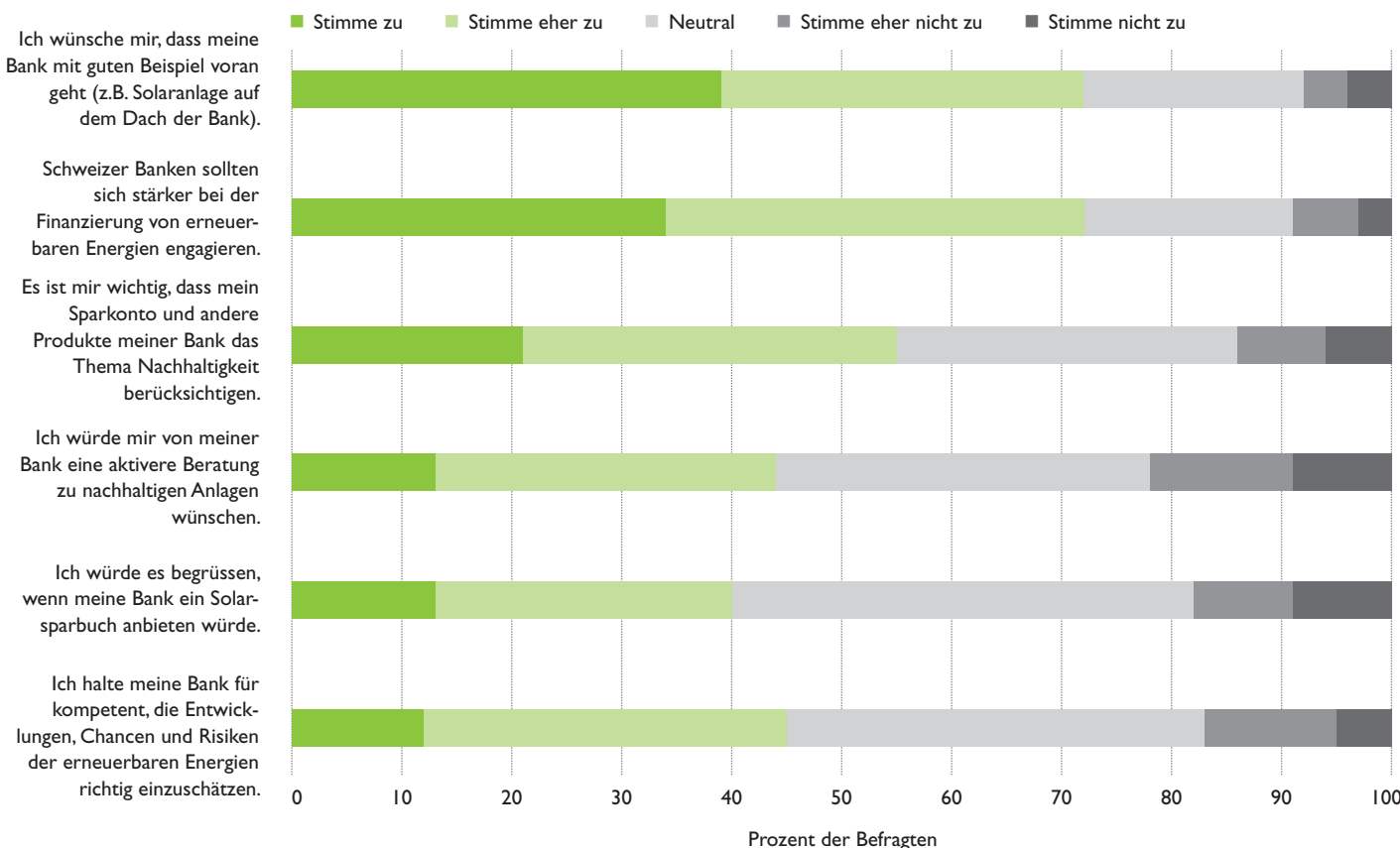
Die Banken spielen eine zentrale Rolle bei der Förderung der erneuerbaren Energien. Das diesjährige Kundenbarometer zeigt, dass Konsumenten von Banken erwarten, diese Rolle wahrzunehmen und ihr Engagement bei der Förderung erneuerbarer Energien zu verstärken. Dazu gehört die Wahrnehmung der klassischen Rolle der Banken als Finanzintermediäre – 56% der Konsumenten erwarten **innovative und nachhaltige Investitionsprodukte** und 72% sind der Meinung, dass die **Finanzierung erneuerbarer Energien** erhöht werden sollte – und die Rolle als Anlageberater: 44% der Befragten erwarten eine bessere Beratung und Unterstützung bei der Einschätzung der Risiken und Chancen im Zusammenhang mit nachhaltigen Investitionen.

Diese Ergebnisse zeigen, dass nachhaltige Finanzierung ein unerschlossenes Marktpotential bietet. 44% der Befragten würden innovative Investitionsprodukte für erneuerbare Energien, z.B. in Form eines Solarparbuches zur Finanzierung von Bürgerprojekten von erneuerbaren Energien, begrüßen. 45% der Konsumenten glauben, dass ihre Bank kompetent genug ist, um die Risiken und Chancen in Hinblick auf erneuerbare Energien zu bewerten. Der Ausbau dieser Kompetenz ist daher eine vielversprechende Strategie für die Banken, einen dauerhaften Wettbewerbsvorteil aufzubauen.

Aber die Erwartungen der Konsumenten sind nicht nur auf die klassische Finanzierungs- und Anlageberaterrolle der Banken beschränkt. 72% aller Befragten wünschen sich, dass ihre Banken **mit gutem Beispiel vorangehen**, z.B. durch die Installation von Solaranlagen auf den Bürodächern oder durch das Bereitstellen von Ladeinfrastruktur für Elektroautos auf den Parkplätzen. Solche Initiativen können den Banken dabei helfen, eine nachhaltigkeitsorientierte Einstellung zu demonstrieren und so ihre Glaubwürdigkeit und Kompetenz auf diesem Gebiet zu stärken.

Eine weitere Analyse der Daten zeigt, dass Frauen höhere Erwartungen an ihre Bank in Bezug auf die Unterstützung von erneuerbaren Energien und Nachhaltigkeit haben als Männer. Diese Erkenntnis bestätigt die generell stärkere Präferenz von Frauen für Ökostrom und Umweltschutz.

«Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen über die Rolle der Finanzbranche im Zusammenhang mit erneuerbaren Energien zu?»



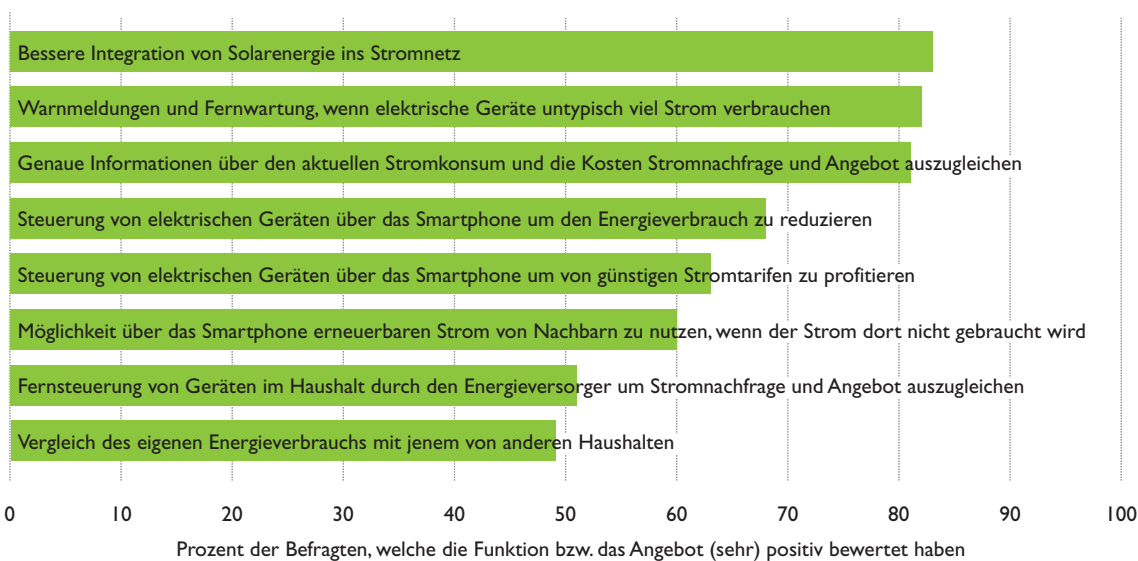
Vorteile der Digitalisierung im Energiemarkt

In den letzten Jahren wurden **digitale Energiedienstleistungen** zur Koordination des Angebots und der Nachfrage von Strom immer häufiger von traditionellen Firmen der Branche (bspw. von Elektrizitätswerken) entwickelt. Aber auch neue Anbieter, wie Telekommunikationsanbieter (bspw. Swisscom) oder Internetdienstleister (bspw. Google) drängen immer stärker in den Markt für digitale Energiedienstleistungen. Smart-Home Services und Geräte, welche automatisch die Beleuchtung und die Heizung steuern (bspw. das NEST Thermostat), sind nicht mehr nur bei technologieaffinen Kunden bekannt, sondern werden auch für andere Kunden, welche auf Komfort und Bequemlichkeit Wert legen, immer attraktiver.

Das diesjährige Kundenbarometer zeigt, dass die beiden am höchsten bewerteten Aspekte der Digitalisierung des Energiemarktes die (1) **bessere Integration von Solarstrom in das Stromnetz** und (2) **bessere und detaillierte Information zum Stromkonsum und den Kosten**, inklusive Warnmeldungen bei ungewöhnlich hohem Stromverbrauch, sind. Insgesamt würde die Mehrheit der Befragten (über 80%) solche digitalen Services begrüßen. Technische Applikationen um den Stromverbrauch zu reduzieren oder zu optimieren, wie bspw. die Fernsteuerung von elektrischen Geräten über das Smartphone, sind nachwievor sehr gefragt, aber insgesamt von einem etwas kleineren Anteil der Befragten als positiv bewertet worden (60%-68%). 51% der Befragten würden es gutheissen, wenn das Elektrizitätswerk die elektronischen Haushaltsgeräte fernsteuern könnte, um Angebot und Nachfrage von Strom besser ausgleichen zu können. 49% der Befragten fänden es gut, wenn sie ihren Stromkonsum mit anderen Haushalten vergleichen könnten.

Insgesamt wurden die digitalen Services von Frauen und Männern ähnlich bewertet. Geschlechterunterschiede konnten aber in Hinblick auf die finanziellen Gründe für digitale Energiedienstleistungen und technische Gadgets gefunden werden. Im Vergleich zu Frauen (60%) sind es vor allem Männer (67%), die digitale Energiedienstleistungen als positiv bewerten, wenn sie so von tieferen Stromkosten profitieren können. Ausserdem haben mehr Männer (64%) als Frauen (56%) die Möglichkeit, überschüssigen erneuerbaren Strom von Nachbarn durch eine Smart Phone App zu beziehen, positiv bewertet.

«Bitte geben Sie an, wie Sie die folgenden möglichen Funktionen bzw. Angebote im Bereich digitale Energietechnologien bewerten.»



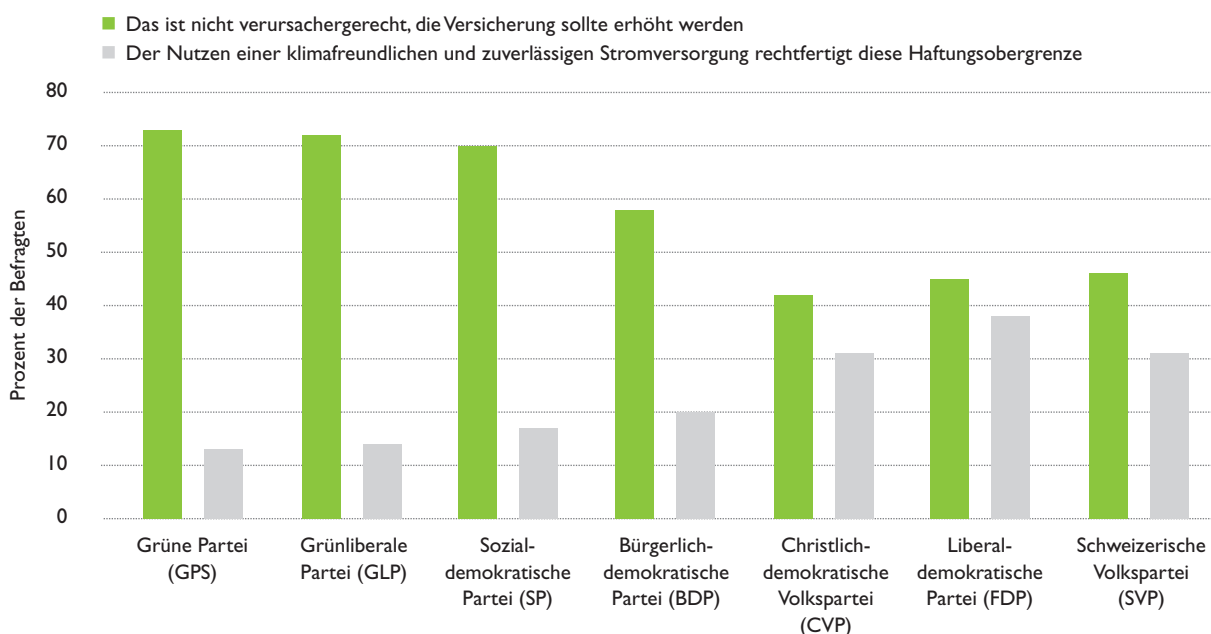
Atomenergie: Wer soll das Risiko tragen?

Obwohl sich eine Mehrheit der Schweizer Bevölkerung im November 2016 gegen eine Initiative zum zeitnahen Ausstieg aus der Atomenergie¹⁵ entschieden hat, zeigt das diesjährige Kundenbarometer, dass Bedenken bezüglich der Risiken von Atomenergie und ihrer externen Kosten weit verbreitet sind.

Obwohl der **Atomunfall von Fukushima geschätzte Kosten** von über 100 Milliarden Euro¹⁶ aufweist, müssen sich Schweizer Betreiber von Atomkraftwerken nur für Schäden von bis zu 1.8 Mrd. CHF¹⁷ versichern. 54% der Befragten empfinden dies als unzureichend und finden, dass Betreiber von Atomkraftwerken ihre Versicherungssumme erhöhen müssten. Im Gegensatz dazu empfinden 26% die beschränkte Haftung angesichts der Vorteile, die sich aus der zuverlässigen und klimafreundlichen Energieversorgung ergeben, als gerechtfertigt. 14% ist es egal und 6% vertreten eine andere Meinung. Bezüglich politischer Präferenzen widerspiegelt dieses Thema klar die traditionelle Links-Rechts-Aufteilung der Parteien bei der Atomenergie. Mehr als 70% der Unterstützer der Grünen Partei (GPS), der Grünliberalen Partei (GLP) und der Sozialdemokratischen Partei (SP) befürworten eine höhere Versicherungsdeckung. Anhänger anderer Parteien, inklusive solcher, die Marktlösungen in anderen Bereichen unterstützen, sind gegenüber möglichen externen Kosten weniger kritisch gestimmt.

In Deutschland hat die Bundesregierung gemeinsam mit den grossen Energieunternehmen eine Vereinbarung über die **Atomüllentsorgung** getroffen, die es den Betreibern von Atomkraftwerken erlaubt, gegen eine Bezahlung von 23 Milliarden Euro die Langzeitriskien des Atomabfalls auf die Regierung zu übertragen¹⁸. Könnte ein solches Abkommen auch in der Schweiz auf Anklang stossen? Die vorliegende Studie zeigt ein gemischtes Bild. 34% der Befragten sind eher für eine solche Vereinbarung; 12% sehen darin endlich eine Lösung des Problems und 22% finden, dass Energieversorgungsunternehmen sich dadurch besser auf erneuerbare Energien konzentrieren können. 47% sind jedoch der Meinung, dass ein solches Abkommen falsch wäre, da die Energiekonzerne lange profitieren konnten und daher auch die Risiken tragen sollten. Weitere 7% sind anderer Meinung: Statt dass die Stromversorger für die Auslagerung ihrer Risiken bezahlen müssen, sollten sie eher vom Staat kompensiert werden, wenn er die Spielregeln plötzlich ändere.

«Schätzungen der Folgekosten des Unfalls von Fukushima liegen in der Grössenordnung von 100 Mrd. Euro. In der Schweiz sind die AKW-Betreiber zur Zeit mit 1.8 Mrd. CHF versichert. Wie finden Sie das?»



Die übrigen Befragten waren gleichgültig oder hatten eine andere Meinung.

¹⁵ <http://www.iwoe.unisg.ch/aa-studie>

¹⁶ <http://www.reuters.com/article/us-tepco-fukushima-costs-idUSKBN13Y047>

¹⁷ <https://www.kernenergie.ch/de/unfall/haftpflicht.html>

¹⁸ <https://www.bundestag.de/presse/hib/201611/-/481400> - Bei Redaktionsschluss war diese Vereinbarung noch nicht von der EU bestätigt.

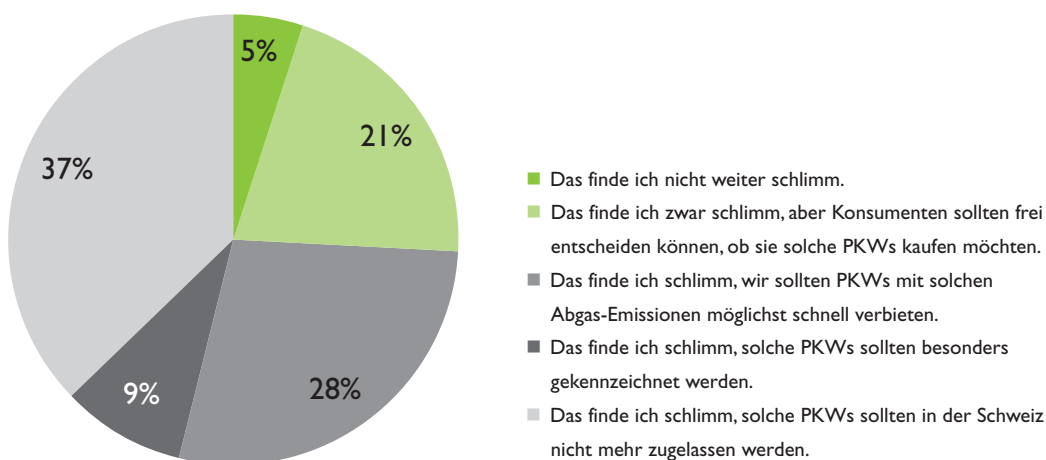
CO₂ Reduktion & die Rolle der Schweiz bei der Bekämpfung des Klimawandels

Bislang haben 143 Länder das Pariser Abkommen ratifiziert, welches im Rahmen der UN-Klimakonferenz im Dezember 2015 beschlossen wurde¹⁹ und die globale Erderwärmung auf deutlich unter 2°C gegenüber dem vorindustriellen Niveau begrenzen soll. 81% der Befragten heissen den Beschluss der Schweiz gut, **die Treibhausgasemissionen bis 2030 um 50% zu reduzieren**. 32% sind der Meinung, dass die Schweiz eine führende Rolle im Kampf gegen die globale Erderwärmung einnehmen sollte, da sie es sich als wohlhabendes Land leisten könne. Weitere 41% sehen es als grosse Chance für die Schweiz – auch wenn die Schweiz zu klein sei, um das Klima im Alleingang zu retten, können Schweizer Firmen innovative Technologien zur Reduktion von CO₂ Emissionen für den Export entwickeln. 10% der Befragten betrachten das Pariser Abkommen als Panikmache und stellen den wissenschaftlichen Konsens über den menschlichen Einfluss auf den Klimawandel in Frage²⁰.

Um die Klimaziele zu erreichen, ziehen politische Entscheidungsträger eine **Erhöhung der CO₂-Abgabe** in Betracht, wollen aber Treibstoffe davon ausschliessen. Die CO₂ Emissionen durch Treibstoffe betragen in der Schweiz jedoch jährlich 16.4 Millionen Tonnen und im Gegensatz zu anderen Sektoren haben verkehrsbedingte Emissionen in den letzten Jahren nicht abgenommen²¹. 74% der Befragten sind der Meinung, dass Treibstoffe nicht von der CO₂ Besteuerung befreit sein sollten, sondern vielmehr jeder einen Beitrag gemäss dem Verursacherprinzip zu leisten hätte.

Auf die Frage, ob die Regierung individuelle Entscheidungen generell einschränken darf, sofern das Gemeinwohl auf dem Spiel steht, stimmten 56% zu und 19% dagegen. Aus den gleichen Gründen wären 71% der Befragten damit einverstanden, wenn Schweizer Städte dem Beispiel von Paris, Athen, Madrid und Mexico City folgen würden und **Dieselaautos ab 2025 im Stadtverkehr verbieten würden**, um die menschliche Gesundheit und das Klima zu schützen²². In Bezug auf sozio-demografische Profile zeigt sich, dass sich Frauen stärker für ein solches Verbot aussprechen (79%) als Männer (62%)²³. Darauf aufmerksam gemacht, dass eine aktuelle Studie des Internationalen Rats für sauberen Verkehr (ICCT) nachgewiesen hat, dass moderne Dieselaautos mehr als doppelt so viel gesundheitsgefährdende Schadstoffe ausstossen als LKWs, da sie nicht denselben strikten Tests²⁴ unterworfen sind, gaben 74% der Befragten an, dass sie dies als ernsthaftes Problem betrachten und ein Verbot oder wenigstens eine Kennzeichnung solcher Autos befürworten würden.

«Laut einer Studie des International Council on Clean Transportation (ICCT) stossen moderne Dieselaautos mehr als doppelt soviel giftige und gesundheitsschädliche Abgase aus wie LKWs oder Busse. Dies liegt unter anderem daran, dass LKWs strengeren Kontrollen unterliegen. Wie finden Sie das?»



¹⁹ http://unfccc.int/paris_agreement/items/9444.php (Stand April 2017)

²⁰ Die SVP Wähler repräsentieren mit 20% den höchsten Anteil an Klimawandelskeptikern, gefolgt von CVP (11%) und BDP Wählern (10%). Alle anderen Parteien zeigen einen Anteil von Klimawandelskeptikern von 6% oder weniger.

²¹ <https://www.bafu.admin.ch/bafu/de/home/themen/klima/daten-indikatoren-karten/daten/co2-statistik.html>

²² <http://www.auto-motor-und-sport.de/news/athen-madrid-mexiko-stadt-paris-diesel-fahrverbot-2025-715069.html>

²³ Auch wenn der Anteil der Unterstützer eines Dieselautoverbots in Schweizer Städten bei den SVP und FDP Anhängern (58% bzw. 60%) deutlich geringer im Vergleich zu den Grünen (92%) und den Grünliberalen (88%) Anhängern ausfällt, findet der Vorschlag bei den befragten Anhängern aller Parteien eine Mehrheit.

²⁴ <http://www.zeit.de/mobilitaet/2017-01/icct-studie-diesel-pkw-stickoxide-ausstoss>

Die Kommunikation von politischen Instrumenten

Als ein Bestandteil der Energiestrategie 2050 hat das Schweizer Parlament entschieden, die **Kosten-deckende Einspeisevergütung für erneuerbare Energien (KEV) zeitlich zu begrenzen** und nach 2022 keine Projekte mehr durch die KEV zu unterstützen. Dies war eine der Entscheidungen zur Energiestrategie, die vom Schweizer Parlament anders umgesetzt wurde, als es der Bundesrat vorgeschlagen hatte. Das Parlament begründete diesen Entscheid mit den hohen Kosten der Energiewende, welche nicht alleine am Staat hängen bleiben sollten. Nichts desto trotz haben 71% der Befragten in unserer politisch repräsentativen Stichprobe ihre Zustimmung zum Ausdruck gebracht, dass **der Staat mehr Geld zur Installation von erneuerbaren Energien in Haushalten bereitstellen sollte**. Nur 39% der Befragten stimmten der Aussage zu oder eher zu, dass freie Märkte anstatt staatliche Eingriffe der beste Weg zur Förderung von erneuerbaren Energien und Elektromobilität seien.

Während eine zeitliche Befristung für die KEV festgelegt wurde, konnte sich das Schweizer Parlament nicht dazu durchringen, dasselbe auch für die Laufzeit der AKWs²⁵ zu tun. Diese beiden Aspekte der Energiestrategie 2050 wurden bis anhin kaum in Kombination diskutiert. Um besser zu verstehen, wie stimmberechtigte Bürger in der Schweiz diese beiden wichtigen Elemente der Energiestrategie bewerten, haben wir im diesjährigen Kundenbarometer ein kleines Experiment durchgeführt. Alle Befragten wurden zufällig einer der folgenden drei Gruppen²⁶ zugeteilt:

- In Gruppe 1 wurde nur gefragt, was die Befragten von der zeitlichen Befristung der KEV halten.
- In Gruppe 2 wurden zwei separate Fragen gestellt. Zuerst sollte die fehlende Begrenzung der AKW Befristung und als zweites die Befristung der KEV bewertet werden.
- In Gruppe 3 wurden beide Aspekte zur KEV und der AKW-Laufzeit innerhalb von einer Frage bewertet.

Die Ergebnisse zeigen, dass die Kombination von verschiedenen Informationen im Hinblick auf politische Massnahmen einen Einfluss auf deren Bewertung durch die Bevölkerung hat. **Wenn man beide Aspekte zur Laufzeit der KEV und der AKWs innerhalb einer Frage präsentiert, werden diese durch die Stimmberechtigten anders bewertet, als wenn man die Aspekte einzeln oder nacheinander abfragt**. Wenn man nur nach der Befristung der KEV fragt (Gruppe 1), wird diese durch die Befragten eher positiv (34%) als negativ (29%) bewertet, während ein relativ grosser Teil von 37% der Befragten unentschlossen ist. Der Anteil der Befragten, die kritisch gegenüber der Befristung der KEV sind, steigt auf 43% an, wenn die Befragten im Voraus nach ihrer Meinung über die fehlende Befristung der AKWs gefragt werden (Gruppe 2) und erreicht 55%, wenn man beide Aspekte innerhalb einer Frage (Gruppe 3) bewerten lässt. Diese Unterschiede sind bei Frauen sogar noch deutlicher als bei Männern. Der Anteil von Kritikern steigt bei den Frauen von 25% in Gruppe 1 auf 61% in Gruppe 3 an.

Diese experimentellen Resultate zeigen auf, dass die Art und der Kontext der Frage sowie die dazu bereitgestellten Informationen die Entscheidung von Stimmberechtigten signifikant beeinflussen können. Dies könnte weniger ein Problem sein, wenn die Bevölkerung bereits gut informiert ist. Die Resultate des diesjährigen Kundenbarometers zeigen aber, dass die überwiegende Mehrheit (96%) nicht weiss, dass 75% der Schweizer Energienachfrage (Wärme, Strom und Treibstoffe) aktuell durch Importe gedeckt werden²⁷. 80% der Befragten wussten nicht, wie viel sie für die KEV durch ihre Stromrechnung bezahlen und nur 31% der Befragten konnte die beiden wichtigsten Stromquellen der Schweizer Stromproduktion richtig benennen (Wasserkraft und Atomstrom)²⁸. **In einer Demokratie sollte das Schliessen solcher Informationslücken eine hohe Priorität haben.**

²⁵ <http://www.ee-news.ch/de/article/33111/nationalrat-unterstutzt-grosswasserkraft-kipt-effizienzmassnahmen-begrenzt-forderung-und-lasst-akw-laufen>

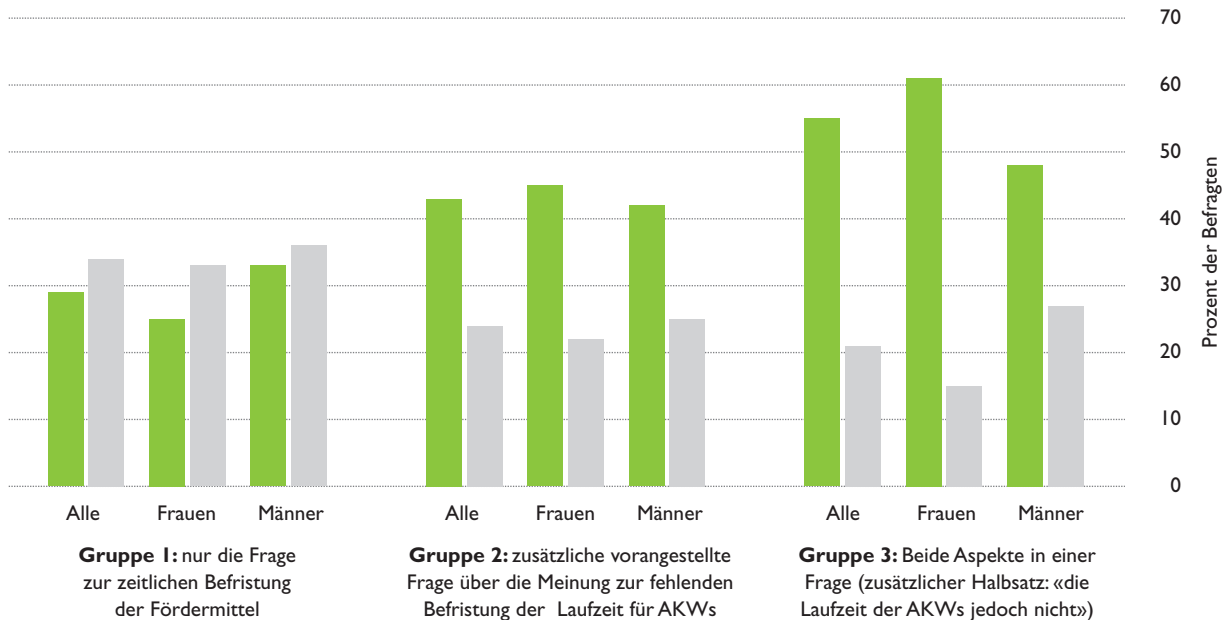
²⁶ Es gibt keine demographischen Unterschiede in den 3 Gruppen

²⁷ Bundesamt für Energie. Schweizerische Gesamtenergiestatistik 2015 (http://www.bfe.admin.ch/themen/00526/00541/00542/00631/index.html?lang=de&dossier_id=00763)

²⁸ Bundesamt für Statistik. Energie - Das wichtigste In Kürze, 2016 (<https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/energie.html>)

«Das Parlament hat die Förderung von erneuerbaren Energien im ersten Massnahmenpaket der Energiestrategie 2050 befristet. Wie finden Sie das?»

■ Sehr (eher) negativ ■ Sehr (eher) positiv



Die übrigen Befragten hatten eine neutrale Meinung.

Von Einstellungen zu Verhalten: Hinweise zur Interpretation der Daten

Das 7. Kundenbarometer zeigt – ähnlich wie in den Vorjahren – positive Einstellungen der Konsumentinnen und Konsumenten in Bezug auf erneuerbare Energien. Entscheidungsträger, die die Studienergebnisse als Ausgangspunkt für ihre Strategieentwicklung nehmen, sollten sich folgender Punkte bewusst sein.

Das **Konsumentenverhalten konkretisiert sich in bestimmten Situationen**, in denen neben grundsätzlichen Einstellungen auch weitere Faktoren eine Rolle spielen.

- **Status Quo Effekt:** Die Überwindung des Status Quo ist für den Konsumenten mit zeitlichem und emotionalem Aufwand verbunden. Dies führt beispielsweise im Strommarkt dazu, dass nur etwa 10% der Kunden vom angebotenen Standardprodukt abweichen (*Litvine & Wüstenhagen 2011, Kaenzig et al. 2013, Chassot et al. 2017*).
- **Fehlendes Angebot:** In einem neuen Markt (z.B. Elektromobilität) gibt es oft erst wenige Anbieter. Das kann dazu führen, dass bestehende Produkte nicht den Vorstellungen der Konsumenten hinsichtlich Ästhetik, Preis oder anderer Eigenschaften entsprechen.
- **Peer Group Effekt:** Individuelle Entscheidungen werden durch das soziale Umfeld beeinflusst. Die Meinung von relevanten Bezugsgruppen kann z.B. das Abstimmungsverhalten beeinflussen (*Rinscheid & Wüstenhagen 2016*). Umgekehrt kann die Wahrscheinlichkeit des Kaufs einer Solaranlage durch Nachbarschaftseffekte gesteigert werden (*Bollinger & Gillingham 2012, Dharshing 2017*).
- **Interessenbasierte Kommunikation:** Auf Märkten und im politischen Prozess findet ein Wettbewerb zwischen verschiedenen Kommunikationsstrategien statt. Etablierten Akteuren kann es gelingen, Präferenzen für Wandel durch «Schwachstellenkommunikation» (*Longchamp 2008*) zugunsten des Status Quo zu verändern.
- **Emotionale Einflüsse:** Das Entscheidungsverhalten ist ein komplexes Zusammenspiel rationaler und emotionaler Faktoren (*Kahneman 2011, Brosch et al. 2014*). Erfolgreiche Energie-Kommunikation muss auch die Gefühlsebene ansprechen.

Zu beachten ist zudem, dass Befragungen immer nur einen Teil der Bevölkerung erfassen können. Hinsichtlich Repräsentativität der Stichprobe entspricht das Kundenbarometer höchsten Standards im Hinblick auf die Gesamtbevölkerung. Unterschiede können sich aber auch hier ergeben, wenn eine beobachtete Stichprobe nicht der Gesamtbevölkerung entspricht (z.B. wenn nur knapp die Hälfte der Stimmberechtigten an einer Volksabstimmung teilnimmt). Für die Verwendung der Ergebnisse im Marketing ist zu berücksichtigen, dass üblicherweise nur ein Teil der Konsumenten (die sog. Zielgruppe) für den Kauf eines bestimmten Produktes in Betracht kommt. Beobachtungen der Präferenzen der Gesamtbevölkerung zeigen das Marktpotenzial auf, sollten jedoch durch zielgruppenspezifische Analysen ergänzt werden (*Kaenzig & Wüstenhagen 2008, Tabi et al. 2014, Salm et al. 2016*).

Good Energies Lehrstuhl für Management Erneuerbarer Energien
Institut für Wirtschaft und Ökologie

Universität St.Gallen

Tigerbergstr. 2
CH-9000 St. Gallen
Schweiz
Tel +41 71 224 25 84
Fax +41 71 224 27 22
energie@unisg.ch
www.iwoe.unisg.ch/kundenbarometer