



UNIVERSITÄT
LEIPZIG



Hochschule für Politik München
an der Technischen Universität München



OTTO VON GUERICKE
UNIVERSITÄT
MAGDEBURG



Power2U



- Session 2: Interaktive Kommunikationsinstrumente -

Das Potential der interaktiven Kommunikationsinstrumente, den wahrgenommenen Handlungsspielraum für Investitionen in erneuerbare Energietechnologien zu vergrößern

M.Sc. Andreas Deuß, Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg



DEUTSCHER
LANDKREISTAG



co2online

Agora
Verkehrswende



Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Klimaschutz

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



Kurze Einordnung zu Beginn...

Zwei Schwerpunkte des hier vorgestellten Arbeitspakets

- Zum einen: Frage nach dem Zusammenhang zwischen der Akzeptanz einer CO₂-Bepreisung und dem wahrgenommenen Handlungsspielraum für Investitionen in erneuerbare Energietechnologien
- Zum anderen: Frage nach dem Potential der interaktiven Kommunikationsinstrumente, den wahrgenommenen Handlungsspielraum für Investitionen in erneuerbare Energietechnologien zu vergrößern
- **Gemeinsamer Nenner: Wahrgenommener Handlungsspielraum für Investitionen in nachhaltige Technologien**

S. VORLÄUFIGER
ERGEBNISBERICHT

Ausgangssituation

Fragestellung:

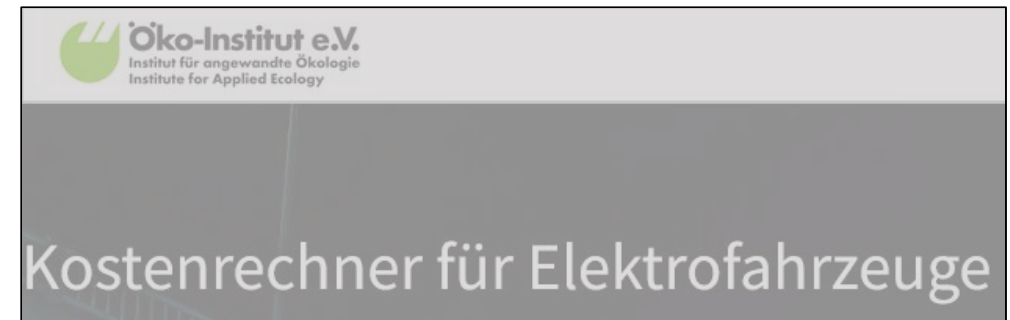
- Lassen sich Überzeugungen, die für die Investition in ein erneuerbares Heizsystem / die Anschaffung eines E-Autos relevant sind, durch die Nutzung der Kommunikationsinstrumente „funktional“ verändern?



Welche Überzeugungen?!

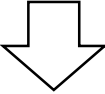


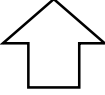

Was lässt sich unter relevanten Überzeugungen verstehen?

Und wo setzen die Rechner in diesem Zusammenhang an?



Ansatzpunkte *Wärmek**mpass*

Günstig sauber heizen.

- Wahrnehmung der Investitionskosten in ein erneuerbares Heizsystem als zu hoch 
- Wahrgenommene Rentabilität einer Investition in ein erneuerbares Heizsystem 
- Wahrgenommenes Level an Informiertheit über erneuerbare Heizsysteme 
- Wahrgenommener Handlungsspielraum, eine Investition in ein erneuerbares Heizsystem zu tätigen 
- Plus: Wahrgenommener Nutzen erneuerbarer Heizsysteme fürs Klima 

Welche Überzeugungen?!

Was lässt sich unter relevanten Überzeugungen verstehen?

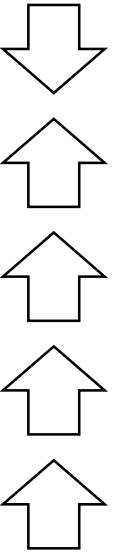
Und wo setzen die Rechner in diesem Zusammenhang an?



Ansatzpunkte

Kostenrechner für Elektrofahrzeuge

- Wahrnehmung der Investitionskosten in ein E-Auto als zu hoch
- Wahrgenommene Rentabilität einer Investition in ein E-Auto
- Wahrgenommenes Level an Informiertheit über E-Autos
- Wahrgenommener Handlungsspielraum, eine Investition in ein E-Auto zu tätigen
- Plus: Wahrgenommener Nutzen von E-Autos fürs Klima



Methodisches Vorgehen (ganz grob)

Vorher-Nachher-Messung:

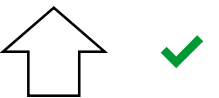
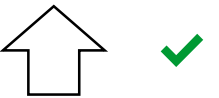
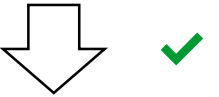
- Erhebung der genannten Überzeugungen zu Beginn der Befragung
- Nutzung der Online-Rechner
- Erneute Erhebung der genannten Überzeugungen nach der Nutzung der Online-Rechner



Ergebnisse *Wärmekompass*

Günstig sauber heizen.

- Wahrnehmung der Investitionskosten in ein erneuerbares Heizsystem als zu hoch
- Wahrgenommene Rentabilität einer Investition in ein erneuerbares Heizsystem
- Wahrgenommenes Level an Informiertheit über erneuerbare Heizsysteme
- Wahrgenommener Handlungsspielraum, eine Investition in ein erneuerbares Heizsystem zu tätigen
- Plus: Wahrgenommener Nutzen erneuerbarer Heizsysteme fürs Klima



Ergebnisse **Wärmekompass**

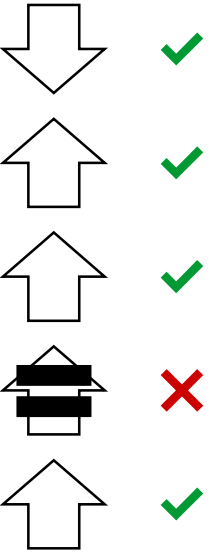
Günstig sauber heizen.

Zusatzauswertung: Die Rolle von Einkommen

- Einkommen scheint einen generellen Einfluss zu haben – je höher das Einkommen, desto...
 - ...weniger werden die Investitionskosten als Hürde wahrgenommen
 - ...rentabler erscheint die Investition in ein erneuerbares Heizsystem
 - ...größer ist der wahrgenommene Handlungsspielraum ausgeprägt
- Allerdings hat Einkommen **keinen** Einfluss auf die Veränderung dieser Überzeugungen in Folge der Nutzung des Wärmekompasses
 - Für die Statistik-Interessierten unter Ihnen: d.h., es gibt keine Wechselwirkung zwischen dem Messzeitpunkt der Überzeugungen und dem Einkommen der Nutzer*innen

Ergebnisse Kostenrechner für Elektrofahrzeuge

- Wahrnehmung der Investitionskosten in ein E-Auto als zu hoch
- Wahrgenommene Rentabilität einer Investition in ein E-Auto
- Wahrgenommenes Level an Informiertheit über E-Autos
- Wahrgenommener Handlungsspielraum, eine Investition in ein E-Auto zu tätigen
- Plus: Wahrgenommener Nutzen von E-Autos fürs Klima



Ergebnisse Kostenrechner für Elektrofahrzeuge

Zusatzauswertung: Die Rolle von Einkommen

**IM GROßEN UND GANZEN ERGIBT SICH
HIER DAS GLEICHE BILD WIE BEIM
WÄRMEKOMPASS**

Kurz & Bündig

- Konkrete Überzeugungen, die für die Investition in ein erneuerbares Heizsystem / die Anschaffung eines E-Autos relevant sind, lassen sich tatsächlich durch die Nutzung der Kommunikationsinstrumente verändern
- Bei der eher globalen Überzeugung „wahrgenommener Handlungsspielraum“ zeigte sich dagegen keine Veränderung
- Ergebnisse ähneln sich für beide Kommunikationsinstrumente

Take Home Message

- Die Kommunikationsinstrumente können Überzeugungen verändern
- Damit Kommunikation erfolgreich ist, müssen jedoch die Rahmenbedingungen stimmen -> s. Beispiel des Kostenrechners des Öko-Instituts
- Kommunikationsinstrumente haben einen bestimmten Fokus und können lediglich innerhalb dieses Fokus konkrete Informationen vermitteln -> s. Beispiel des Wärmekompass
- Unter Berücksichtigung der gegenwärtigen Rahmenbedingungen weisen die Ergebnisse darauf hin, dass beide Kommunikationsinstrumente ihrem jeweiligen Anspruch gerecht werden



UNIVERSITÄT
LEIPZIG



Hochschule für Politik München
an der Technischen Universität München



OTTO VON GUERICKE
UNIVERSITÄT
MAGDEBURG



Power2U



- Session 2: Interaktive Kommunikationsinstrumente -

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Bei Rückfragen oder weiterem Interesse melden Sie sich gerne!
andreas.deuss@ovgu.de



DEUTSCHER
LANDKREISTAG

verbraucherzentrale
Bundesverband

co2online

Agora
Verkehrswende



Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Klimaschutz

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



Umwelt
Bundesamt

BEE
Bundesverband
Erneuerbare Energie e.V.

VCD
Mobilität für Menschen.

verbraucherzentrale
Sachsen-Anhalt