

CLIMATE CHANGE

10/2018

Verbrauchersicht auf Ökostrom

Ergebnisse einer repräsentativen Verbraucherbefragung
im Rahmen des Forschungsvorhabens „Marktanalyse
Ökostrom und Herkunftsnachweise“

CLIMATE CHANGE 10/2018

EVUPLAN des Bundesministerium für Wirtschaft und
Energie

Forschungskennzahl 37EV16 130 0

Verbrauchersicht auf Ökostrom

Ergebnisse einer repräsentativen Verbraucherbefragung
im Rahmen des Forschungsvorhabens „Marktanalyse
Ökostrom und Herkunftsnachweise“

von

Dr. Annika Schudak
imug Beratungsgesellschaft mbh, Hannover


Thorsten Wallbott
imug Beratungsgesellschaft mbh, Hannover


Im Auftrag des Umweltbundesamtes

Impressum

Herausgeber

Umweltbundesamt
Wörlitzer Platz 1
06844 Dessau-Roßlau
Tel: +49 340-2103-0
Fax: +49 340-2103-2285
info@umweltbundesamt.de
Internet: www.umweltbundesamt.de

 [/umweltbundesamt.de](https://www.facebook.com/umweltbundesamt.de)

 [/umweltbundesamt](https://twitter.com/umweltbundesamt)

Durchführung der Studie:

imug Beratungsgesellschaft mbH
Postkamp 14 a
30159 Hannover

Abschlussdatum:

April 2018

Redaktion:

Fachgebiet I 2.7 Herkunftsnachweisregister für Strom aus erneuerbaren Energien
Elke Mohrbach

Publikationen als pdf:

<http://www.umweltbundesamt.de/publikationen>

ISSN 1862-4359

Dessau-Roßlau, August 2018

Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung liegt bei den Autorinnen und Autoren.

Kurzbeschreibung: Verbrauchersicht auf Ökostrom

Die Kurzstudie wurde im Rahmen der „Marktanalyse Ökostrom und Herkunftsnachweise“ zur Weiterentwicklung des Herkunftsnachweissystems und der Stromkennzeichnung durchgeführt. Ziel war es, Kenntnisse über den Status quo der Stromkennzeichnung als Verbraucherinformation bei der Ökostromauswahl sowie allgemeine Einstellungen der Verbraucherinnen und Verbraucher zum Thema Ökostrom und zur Energiewende zu erlangen. Die Studie zeigt repräsentative Ergebnisse für die deutsche Bevölkerung.

Kernerkenntnisse sind, dass die Stromkennzeichnung bei dem Großteil der Deutschen nicht bekannt ist und daher nicht zum Vergleich verschiedener Produkte oder Anbieter genutzt wird. Gleichwohl besteht großes Potenzial für einen vermehrten Ökostrombezug, bei dessen Auswahl auch die Stromkennzeichnung eine wesentlich größere Rolle spielen kann. Als Wechselbarrieren hin zu Ökostrom werden vor allem zu hohe Preise und zu wenig Informationen benannt.

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis.....	6
Abbildungsverzeichnis.....	6
Zusammenfassung.....	7
1 Hintergrund.....	8
2 Ergebnisse.....	8
2.1 Stromkennzeichnung.....	8
2.2 Ökostrombezug.....	10
2.3 Energiewende.....	12
3 Methodik.....	12

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Bekanntheit und Nutzung der Stromkennzeichnung.....	9
Abbildung 2: Interesse an dem Bezug von Ökostrom.....	10
Abbildung 3: Genutzte Informationsquellen und -angebote.....	11

Zusammenfassung

Im Zuge des Forschungsprojektes „Marktanalyse Ökostrom und Herkunftsnachweise“ führten die Auftragnehmer eine repräsentative Verbraucherbefragung durch, die den Status quo der Verbrauchersicht auf Ökostrom und auf die Stromkennzeichnung abbildet. Anhand eines Online-Panels wurden 2.031 Personen – davon 1.488 Stromentscheiderinnen und -entscheider – repräsentativ für die deutsche Bevölkerung befragt. Die Kernergebnisse zeigen:

- ▶ Der Mehrheit der deutschen Bevölkerung ist die **Stromkennzeichnung nicht bekannt**.
- ▶ 38 % der „Kenner“ haben die Stromkennzeichnung beim Produktvergleich genutzt. **Dies sind lediglich 6 % der Gesamtbevölkerung**.
- ▶ Insgesamt würden **36 %** der Deutschen die Stromkennzeichnung bei einem **zukünftigen Anbieterwechsel prinzipiell nutzen**.

- ▶ Insgesamt geben **20 %** der Befragten an, dass sie **aktuell ein Ökostromprodukt** beziehen.
- ▶ **Deutliches Potenzial für vermehrten Ökostrombezug:** Jeder vierte Deutsche interessiert sich für ein entsprechendes Produkt.
- ▶ Wichtigste Anforderung an Ökostrom ist, dass dieser **nicht in Atom- oder Kohlekraftwerken** erzeugt wird.
- ▶ Barrieren beim Wechsel zu Ökostrom sind vor allem der **Preis** und auf Verbraucherseite vorhandene **Informationsdefizite** über Ökostromprodukte.
- ▶ **Vergleichsportale** spielen bei der Informationsbeschaffung die wichtigste Rolle, **direkte Anbieterinformationen** sind aber auch von hoher Relevanz.

- ▶ Einer deutlichen **Mehrheit von knapp 70 %** der Deutschen ist eine **gelingende Energiewende** in Deutschland wichtig.
- ▶ Überraschend **hoch ist mit 40 % der Anteil von Verbrauchern**, die den **Kauf von Ökostrom als eigenen wichtigen Beitrag** zur Energiewende wahrnehmen.

1 Hintergrund

Die Stromkennzeichnung hat das Ziel, Stromkunden transparent darüber zu informieren, aus welchen Energieträgern sich der für sie verwendete Strommix zusammensetzt. Auf Grundlage dieser Informationen können Verbraucherinnen und Verbraucher eine mündige Entscheidung über das zu wählende Stromprodukt oder den Energieversorger im Sinne ihrer Präferenzen treffen. Die Idee: Durch den Nachfragedruck der Kunden nach sauberer Energie in Form von Ökostrom entsteht bei Anbietern ein Anreiz für eine möglichst umweltfreundliche Strombeschaffung und so mehr zur Produktion von Strom aus erneuerbaren Energien beizutragen.

Mit der Stromkennzeichnung sollen dem Verbraucher/der Verbraucherin durch die Angaben zu eingesetzten Energieträgern für den verwendeten Strommix und Umweltbelastungen wesentliche Informationen für die Auswahl des Stromanbieters und -produktes an die Hand gegeben werden.

Angesichts des Eindrucks, dass die Stromkennzeichnung keine Wirkung entfaltet, führten die Auftragnehmer im Rahmen des Projektes „Marktanalyse Ökostrom und Herkunftsnachweise“ eine repräsentative Verbraucherbefragung durch, die den Status quo der Verbrauchersicht auf Ökostrom, aber auch auf die Stromkennzeichnung abbildet.

2 Ergebnisse

2.1 Stromkennzeichnung

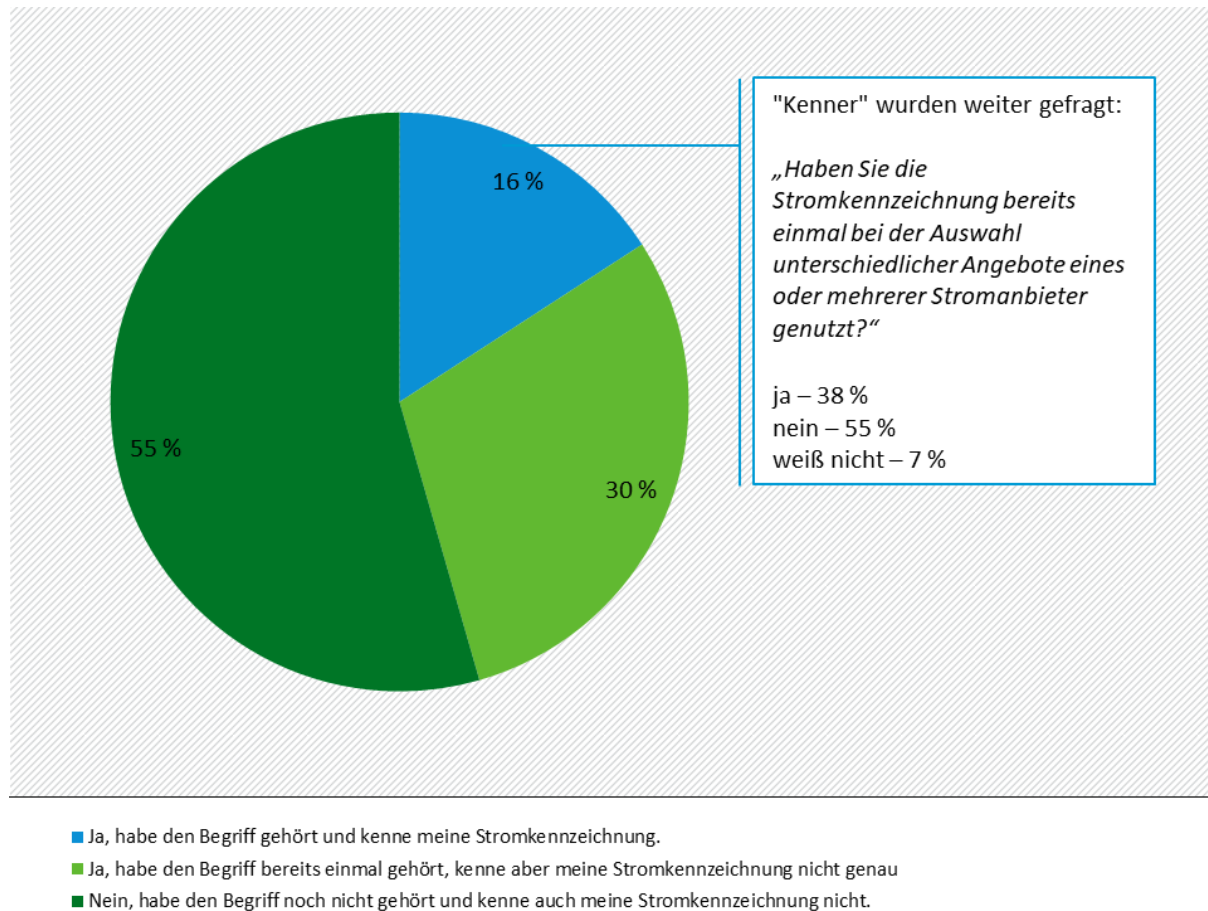
Die Stromkennzeichnung ist eine „klassische“ Verbraucherinformation, die einerseits durch den Gesetzgeber vorgeschrieben ist, andererseits direkt vom Stromanbieter an die Verbraucherinnen und Verbraucher getragen wird. Die Kennzeichnung umfasst sämtliche Detailangaben zum verwendeten Strommix und wurde in Deutschland 2005 als Verpflichtung eingeführt. Seitdem sind Stromlieferanten in Deutschland verpflichtet, die Stromkennzeichnung sowohl auf der Jahresstromrechnung als auch auf allen Werbematerialien anzugeben.

Der Mehrheit der deutschen Bevölkerung ist die Stromkennzeichnung aktuell nicht bekannt.

Wie die Ergebnisse der repräsentativen Verbraucherbefragung jedoch zeigen, ist die Stromkennzeichnung noch nicht beim Verbraucher angekommen. Über die Hälfte der Befragten gibt an, den Begriff weder allgemein gehört zu haben, noch die eigene Stromkennzeichnung zu kennen. Lediglich 16 % kannten den Begriff und auch die Stromkennzeichnung ihres Stromproduktes.

Abbildung 1: Bekanntheit und Nutzung der Stromkennzeichnung

„Ist Ihnen Ihre Stromkennzeichnung generell bekannt und haben Sie den Begriff schon einmal gehört?“



n = 2.031; Angaben in Prozent; gewichtete Ergebnisse (repräsentativ für Deutschland)
Quelle: imug-Verbraucherbefragung „Ökostrom“

Die „Kenner“ der Stromkennzeichnung zeichnen sich dadurch aus, dass sie in größerem Maße Ökostromprodukte beziehen und auch ihren Stromanbieter in der Vergangenheit bereits mindestens einmal gewechselt haben. Für diese 16 % könnte die Stromkennzeichnung folglich ihren Zweck erfüllt und als Informationsgrundlage für einen Wechsel des Stromanbieters oder sogar hin zu einem Ökostromprodukt gedient haben. Danach gefragt, geben jedoch nur 38 % der „Kenner“ an, dass sie die Stromkennzeichnung bereits einmal bei der Auswahl unterschiedlicher Angebote eines oder mehrerer Stromanbieter genutzt haben. Aber auch hier zeigt sich die gleiche Tendenz: Ökostrombezieher und Wechsler nutzen die Stromkennzeichnung häufiger als andere Stromkunden.

Lediglich 6 % der deutschen Bevölkerung haben die Stromkennzeichnung bisher genutzt, um sich bei der Auswahl unterschiedlicher Angebote eines oder mehrerer Stromanbieter zu informieren.

Gleichzeitig weist die Stromkennzeichnung – über die Gruppe der „Kenner“ hinaus – durchaus weitere Potenziale auf: Insgesamt geben 36 % aller Befragten an, die Stromkennzeichnung bei einem zukünftigen Anbieterwechsel nutzen zu wollen. Auf der anderen Seite sehen das 24 % eher als unwahrscheinlich an.

2.2 Ökostrombezug

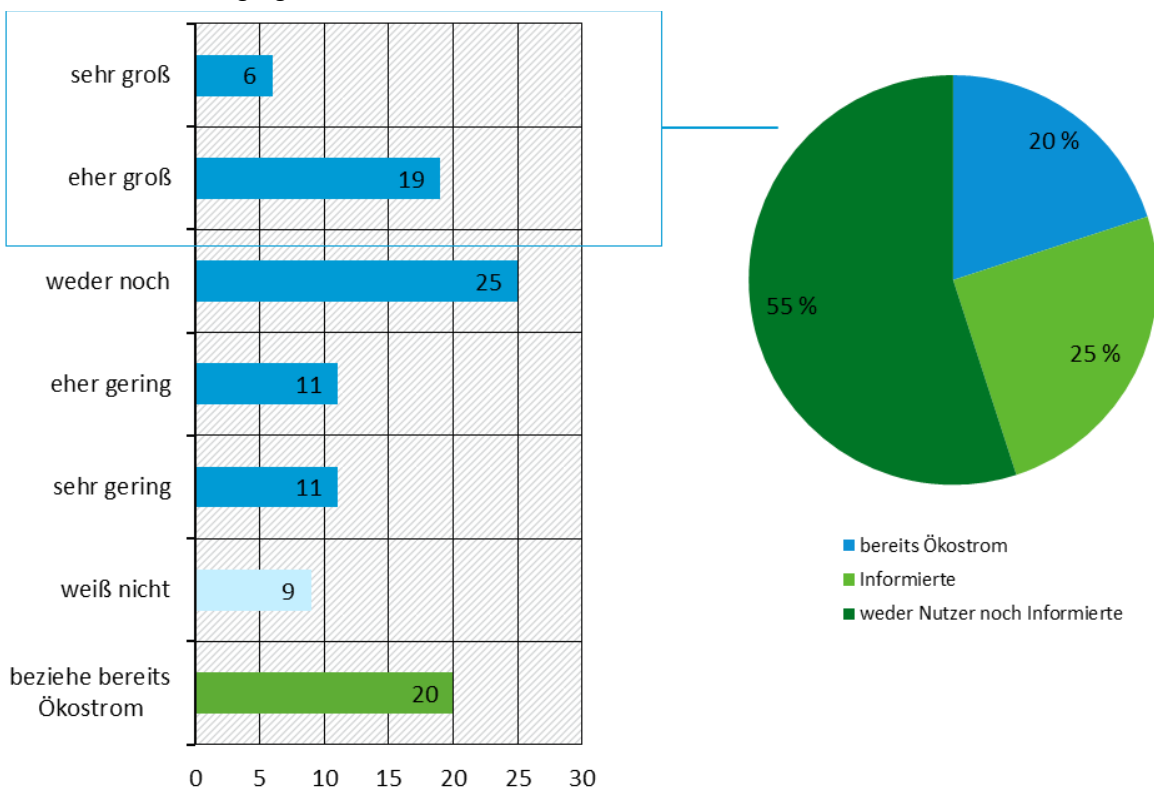
Beim Strombezug sind allgemein noch immer über ein Drittel der Bevölkerung bei ihrem örtlichen Grundversorger und haben bisher keinen Anbieterwechsel durchgeführt. 26 % geben an, bisher ein- bis zweimal aktiv den Stromanbieter gewechselt zu haben, 17 % häufiger als zweimal. Ökostromprodukte werden nach eigenen Angaben bereits von 20 % bezogen. Weitere 29 % haben sich bereits über Ökostromangebote informiert, beziehen aber noch kein entsprechendes Produkt.

Deutliches Potenzial: Jeder Vierte interessiert sich für ein Ökostromprodukt. Wichtigste Anforderung an Ökostrom ist dabei aus Sicht der Verbraucher, dass dieser nicht in Atom- oder Kohlekraftwerken erzeugt wird.

Prinzipielles Interesse an Ökostrom für den eigenen Haushalt bekunden insgesamt 25 %, wobei über die Hälfte der „Interessierten“ noch keine Ökostromkunden sind und sich bisher auch nicht darüber informiert haben.

Abbildung 2: Interesse an dem Bezug von Ökostrom

„Wie groß ist Ihr Interesse, für Ihren Haushalt ein Öko- oder Grünstromprodukt zu beziehen, das ausschließlich aus erneuerbarer Energie gewonnen wird?“



n = 2.031; Angaben in Prozent; nur Befragte, die bisher kein Öko- oder Grünstromprodukt beziehen; gewichtete Ergebnisse (repräsentativ für Deutschland)
Quelle: imug-Verbraucherbefragung „Ökostrom“

Gefragt nach den wichtigsten Anforderungen an Ökostrom zeigt sich, dass den Verbraucherinnen und Verbrauchern der Ausschluss von Atomstrom (64 %) und Kohlestrom (58 %) am wichtigsten ist. Aber auch der Anspruch an regionale Stromangebote ist ein deutliches Kriterium: Für mehr als die Hälfte der Deutschen ist es sehr oder eher wichtig, dass der Strom aus Deutschland kommt – 47 % fordern hier sogar eine Stromerzeugung in der umliegenden Region.

Verbraucherinnen und Verbraucher, die noch keinen Ökostrom beziehen, begründen das vor allem mit zu hohen Preisen und Informationsdefiziten.

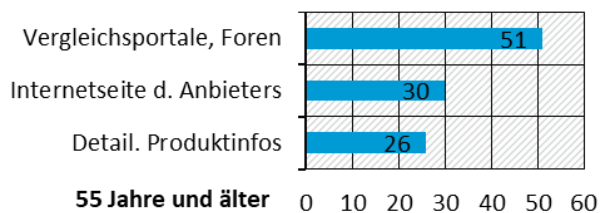
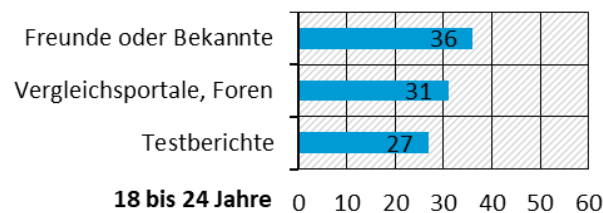
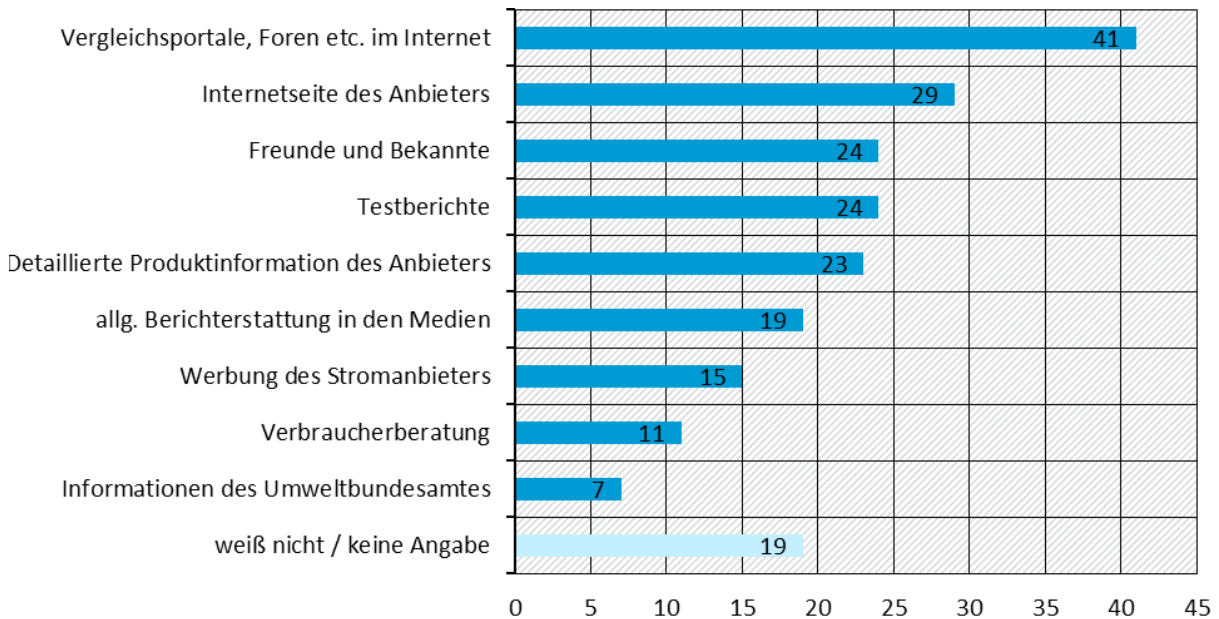
Die Barrieren für einen Wechsel zu Ökostrom sind vor allem der Preis und vorhandene Informationsdefizite. 64 % der Nicht-Ökostromnutzer geben an, dass ihnen Ökostromprodukte in der Regel zu teuer sind. Knapp der Hälfte (47 %) fehlen die notwendigen Informationen zu Ökostromprodukten. Zudem sind knapp 30 % der Nicht-Ökostromnutzer der Meinung, dass ihr Stromverbrauch keinen wesentlichen Anteil zur Energiewende beiträgt. Auch stimmen 20 % der Aussage zu, dass Ökostrom ohnehin nichts bringt.

Vergleichsportale spielen bei der Informationsbeschaffung die wichtigste Rolle. Produktinformationen des Anbieters werden eher von älteren Verbrauchern genutzt, während jüngere auf Informationen von Freunden und Bekannten vertrauen.

Um sich über Stromprodukte unterschiedlicher Anbieter zu informieren, nutzen über 40 % Vergleichsportale, Foren oder ähnliche Quellen im Internet. Dieser Weg der Informationsgewinnung spielt in allen Altersgruppen eine wichtige Rolle, wobei die Gruppe der 25- bis 34-Jährigen hier am aktivsten ist.

Abbildung 3: Genutzte Informationsquellen und -angebote

„Welche der folgenden Informationsquellen/-angebote nutzen Sie, um sich über Stromprodukte unterschiedlicher Anbieter zu informieren?“



n = 2.031; Angaben in Prozent; gewichtete Ergebnisse (repräsentativ für Deutschland)
Quelle: imug-Verbraucherbefragung „Ökostrom“

Beim Vergleich der Altersgruppen zeigt sich außerdem, dass soziale Netzwerke als Informationsquelle unterschiedlich stark genutzt werden: Hier sind es vor allem jüngere Verbraucherinnen und Verbraucher (36 %), die sich mit Freunden und Bekannten über Stromprodukte verschiedener Anbieter austauschen, während diese Quelle in den Altersgruppen über 55 Jahre nur von rund einem Viertel genutzt wird. Umgekehrt verhält es sich mit detaillierten Produktinformationen auf der Internetseite des Stromanbieters: Hier suchen jüngere Befragte unter 25 Jahren weitaus seltener als Verbraucherinnen und Verbraucher über 55 Jahren nach gezielten Informationen.

2.3 Energiewende

Die Energiewende in Deutschland ist ein erklärtes Ziel der Bundesregierung. Konkret heißt das für den Bereich der Elektrizität, bis 2050 den Anteil an erneuerbaren Energien am Stromverbrauch auf 80 % zu steigern. In diesem Zusammenhang machen die Ergebnisse der Repräsentativstudie deutlich, dass das Thema auch in der Bevölkerung eine bedeutende Rolle spielt: Eine klare Mehrheit von insgesamt knapp 70 % gibt an, dass ihnen eine gelingende Energiewende in Deutschland wichtig ist. Hier sind es 35 %, für die es sogar sehr wichtig ist, dass in Deutschland die Energiewende gelingt und eine möglichst CO₂-neutrale Stromversorgung sichergestellt wird. Auch hier zeigt sich unter den Ökostromnutzern wiederum ein deutlich stärkeres Bewusstsein für eine erfolgreiche Energiewende als unter den Nicht-Ökostromnutzern.

70 % der Bevölkerung ist eine gelingende Energiewende in Deutschland wichtig. 40 % sehen dabei den Bezug von Ökostrom als eigenen wichtigen Beitrag an.

Weiterhin sieht ein beachtlicher Teil der Bevölkerung die Möglichkeit, durch den Bezug von Ökostrom einen eigenen konkreten Beitrag zum Gelingen der Energiewende zu leisten. 40 % schätzen ihren eigenen Beitrag dabei als sehr hoch (11 %) oder eher hoch (29 %) ein. Dabei sind deutlich mehr Ökostromkunden in dieser Gruppe vertreten als im Vergleich zur Gesamtbevölkerung.

3 Methodik

Für die Untersuchung wurden anhand eines Online-Panels 2.031 Personen – davon 1.488 Stromentscheiderinnen und -entscheider – repräsentativ für die deutsche Bevölkerung befragt. Erhebungszeitraum war der 3. bis 6. November 2017.

Neben den Untersuchungsfragen wurden zusätzliche Informationen zu sozio-demografischen Merkmalen (Geschlecht, Alter, Bildung, Einkommen, Haushaltsgröße etc.), die Wechselhäufigkeit des Stromanbieters und der Name des aktuellen Stromanbieters erhoben.

Die Untersuchung wurde im Rahmen der Beauftragung eines größeren Forschungsprojektes „Marktanalyse Ökostrom und Herkunftsnachweise“ durch das Umweltbundesamt von der imug Beratungsgesellschaft durchgeführt.