15.06.11

Rubrik: Energie & Kohlendioxid
Sektoren: Energieproduktion, Erneuerbare Energien, Atomenergie
Tags: Bevölkerung, Konsum, Umweltschutz, Verantwortung, Wettbewerbsfähigkeit

Ökostrom muss glaubhaft sein

Von Yvonne von Hunnius, St. Gallen

Nach Fukushima ist das Interesse an Ökostrom gestiegen. Doch die Anbieter müssen glaubhaft machen, dass der Mehrpreis auch etwas bewirkt. Ökonomin Sylviane Chassot erforscht an der Universität St. Gallen grenzüberschreitend, warum Konsumenten zögern.

Nach Fukushima ist Interesse an Ökostrom laut Untersuchungen gewachsen (ZvG).

Woran liegt es, dass Privatkonsumenten immer noch zögerlich bei Ökostrom sind?

Sylviane Chassot: Der Preis ist zumindest kein allzu gravierendes Hindernis, zu Ökostrom zu wechseln. Wir haben im Rahmen unserer Umfragen sogar festgestellt, dass drei von vier Befragten einen Aufpreis von 10 Prozent akzeptieren würden. Aus den Antworten lesen wir aber, dass die Bequemlichkeit der Konsumenten hingegen eine grosse Hürde ist.

Sie haben nach Fukushima eine aktuelle Umfrage durchgeführt: Hat die Katastrophe etwas an der Bequemlichkeit geändert?

Chassot: Knapp 5 Prozent der Befragten hat „Fukushima“ dazu bewogen, sich beim örtlichen Stromversorger zu melden und zu einem Ökostromtarif zu wechseln. Auch von Seiten der Stromversorger wurde uns von einem markant gestiegenen Interesse der Kunden an Ökostrom berichtet.

Welche Verschiebungen können sie anhand der neuen Ergebnisse noch festmachen?

Chassot: Die intensive Berichterstattung der Medien über verschiedene Energieträger hat den Wissensstand verändert; unsere Befragten wissen nun besser Bescheid etwa über Solarstrom und sind optimistischer was die Erreichung der Grid Parity (Netzparität, wenn elektrische Energie zum gleichen Preis wie der Endverbraucherstrompreis angeboten werden kann, yvh) oder die Verzichtbarkeit von Atomstrom anbelangt.

Damit das Interesse noch stärker Folgen zeigt: Liegt es am Konsumenten oder Anbieter, sich zu ändern?

Chassot: Es ist an beiden Seiten anzusetzen. Die Stromanbieter müssen glaubhaft erklären, dass Ökostrom einen entscheidenden Beitrag leistet. Und Konsumenten müssen ihrer Einstellung, dass es sich prinzipiell um eine gute Sache handelt, Handlungen folgen lassen. Was aber zugegebenermassen nicht immer einfach ist für einen Normalbürger, denn das Thema ist komplex. Wer versucht, vom Anbieter per Telefon Informationen über den Wechsel zu Ökostrom zu erhalten, hat meist Mühe, die Zusammenhänge auf Anhieb nachzuverfolgen.

Somit ist der Ball bei den Stromanbietern...

Chassot: Dort besteht grosser Handlungsbedarf, denn die Konsumenten sind prinzipiell bereit. Der Wechsel muss vor allem einfach sein und nicht langer administrativer Wege bedürfen. Es gilt, glaubhaft zu machen, dass der bezahlte Mehrpreis für Ökostrom zum Ausbau der erneuerbaren Energien führt. Derlei könnte man beispielsweise im übertragenen Sinne darstellen, indem dargelegt wird, dass die Menge des von einem Haushalt bezogenen Ökostroms zur Investition in einen Quadratmeter einer Solaranlage führen. Um Kunden zu garantieren, dass der Verkaufserlös aus Ökostrom wiederum in Anlagen erneuerbarer Energien fliesst, kann der Stromversorger aber auch ganz einfach mit zertifizierten Stromprodukten arbeiten. Ökostromlabels werden von einigen Stromanbietern schon erfolgreich vermarktet.

Was macht es denn so schwierig, glaubhaft zu überzeugen?

Chassot: Gerade wenn Konsumenten beim alten Stromanbieter bleiben und nur zu Ökostrom wechseln, haben manche das Gefühl: Was soll sich jetzt ändern? Wird zu einem Ökostrom-Anbieter gewechselt, fällt es leichter zu glauben, jetzt habe man eine neue Richtung eingeschlagen. Geht es um nachhaltig produzierte Lebensmittel oder Ähnliches, ist der Mehrwert schneller zu erkennen. Doch Strom stiftet keinen direkten Nutzen. Hier ist vielen verständlicherweise einfach wichtig, dass er die Gerätschaften am Laufen hält.

Welche Rolle spielt die Strommarktliberalisierung in diesem Zusammenhang?

Chassot: Die Strommarktliberalisierung bietet reinen Ökostromanbietern die Möglichkeit zum Markteintritt. Wenn bestehende Stromanbieter ihre umweltbewussten Kunden nicht an die neuen Anbieter verlieren wollen, sind sie gefordert, die Glaubwürdigkeit ihrer Ökostromangebote etwa mittels Zertifikaten zu stärken.

Und welchen Beitrag leisten Ihre Untersuchungen zur Planung einer Energiewende?

Chassot: Es ist für Stromanbieter wie auch andere Marktteilnehmer wichtig, das Marktpotential ihres Angebots zu kennen. Denn je nach Nachfrage sind im Bereich der Erneuerbaren Energien viele Geschäftsmodelle und Produkte denkbar. Ein Beispiel zeigt dies recht deutlich: Es wurde festgestellt, dass Windparks in Regionen, in denen solche bereits installiert wurden, recht grosse Akzeptanz besitzen. Dort jedoch, wo noch kaum Windräder zu finden sind, herrscht geringere Akzeptanz. Aus solchen Ergebnissen müssen Marktteilnehmer jedoch letztlich ihre eigenen Schlüsse ziehen. Zum anderen brauchen staatliche Akteure, die Förderinstrumente schaffen, Informationen darüber, inwieweit diese auch tatsächlich Wirkung zeigen.

Im Rahmen des internationalen Forschungsprojektes BAER (Bodensee-Alpenrhein

Energieregion, yvh) werden unsere Ergebnisse in eine Landkarte integriert, anhand derer Konsumenteneinschätzungen zu Erneuerbaren Energien sowie weitere Daten miteinander verknüpft dargestellt werden. Das schafft Überblick und verbessert die Chancen auf Projektrealisierungen.

Zur Person:

Sylviane Chassot hat an der HEC Lausanne Volkswirtschaft studiert. Sie ist Mitarbeiterin des von der Internationalen Bodensee Hochschule (IBH) unterstützten internationalen Projekts Bodensee-Alpenrhein Energieregion BAER am Institut für Wirtschaft und Ökologie der Universität St.Gallen. Am Projekt beteiligen sich auch die Universitäten Liechtenstein und Konstanz und die Hochschulen in Winterthur und Rapperswil.