Kunden wünschen erneuerbare Energien

Aufschlussreiche Ergebnisse einer Untersuchung der Präferenzen von Ostschweizer Stromkunden

Von Andreas Burkhalter, Josef Känzig und Rolf Wüstenhagen, Institut für Wirtschaft und Ökologie, Universität St. Gallen*

Wäre der Kunde im Strommarkt König, würde die Zukunft den erneuerbaren Energien gehören. Diesen Schluss ziehen Umweltökonomen aus einer Ostschweizer Studie, die sie im Folgenden vorstellen.

Kaum ein Monat vergeht, ohne dass die Anbieter auf dem liberalisierten Schweizer Telekommunikationsmarkt neue Produkte und Dienstleistungen auf den Markt bringen, um den Kundenbedürfnissen noch besser zu entsprechen. Auch in anderen Branchen ist Kundenorientierung ein Zauberwort. Insofern erstaunt es nicht, dass auch in der Strombranche am Vorabend der Marktliberalisierung das Interesse an den Bedürfnissen und Präferenzen des Kunden wächst. Im Telekommunikationsmarkt wird der Konkurrenzkampf vor allem über Minutentarife, Vertragslaufzeiten und Gratisgeräte ausgetragen. Bei der Elektrizität gibt es hingegen ein weiteres Produktmerkmal, das in der Schweiz seit Monaten die Gemüter erhitzt, über dessen Relevanz für die Wahlentscheidung des Kunden bisher jedoch wenig bekannt war – nämlich die Art der Stromerzeugung.

Je früher, desto erfolgreicher

Das Stromversorgungsgesetz sieht eine schrittweise Öffnung des Schweizer Elektrizitätsmarktes vor. Private werden demnach erst in einigen Jahren ein Wahlrecht ausüben können, doch zeigt die Erfahrung aus anderen Branchen, dass diejenigen Unternehmen, die frühzeitig das Ohr am Puls des Kunden haben, auch später erfolgreicher in der Bindung bestehender und Gewinnung neuer Kunden sind. Zeitgleich mit der Marktöffnung findet in der Schweiz auch eine intensive Debatte über die Erneuerung bestehender Kraftwerkskapazitäten statt. Während im bisherigen geschützten Markt die Entscheidungen über den Strommix in den Planungsabteilungen der Kraftwerksbetreiber gefallen sind, bietet der Wettbewerb dem Kunden ein gewisses Mitspracherecht.

Ist die Bedeutung der künftigen Kundenbedürfnisse einmal erkannt, stellt sich die Frage nach geeigneten Verfahren zu ihrer Messung. Was der Kunde oder die Kundin heute will, kann man an seiner oder ihrer Kaufentscheidung ablesen. Um hingegen ihre Bedürfnisse von morgen zu verstehen und die Reaktionen auf neue Produkte abzuschätzen, hat sich in der Marktforschung ein Verfahren eingebürgert, mit welchem zuverlässige Aussagen über die Wichtigkeit bestimmter Produktmerkmale für die Kaufentscheidung getroffen werden können.

Vereinfacht ausgedrückt werden bei dieser Methode dem Kunden drei hypothetische Produkte zur Auswahl vorgeschlagen, und er wählt dasjenige aus, welches seinen Bedürfnissen am besten entspricht. Indem nun ein Kunde mehrere (im vorliegenden Fall: 15) solcher Entscheidungen zwischen unterschiedlichen Stromprodukten trifft und indem man dieses Wahlexperiment mit einer grossen Zahl von Kunden (hier: 628 Ostschweizer Haushalte) durchführt, erhält man eine gute Datengrundlage. Ein ausgeklügeltes statistisches Verfahren erlaubt es sodann, aus den Wahlentscheidungen der Kunden herauszulesen, welche Produktmerkmale tatsächlich den Ausschlag gaben, ohne dass man explizit nach der Wichtigkeit einer kurzen Vertragslaufzeit, eines niedrigen Preises oder einer anderen Produkteigenschaft fragen muss.

Der Vorteil dieses Verfahrens liegt auf der Hand: Würde man direkt nach einzelnen Merkmalen fragen, würden die Kunden sich unrealistische Kombinationen («den Fünfer und das Weggli») wünschen. Hier hingegen werden sie wie in der realen Kaufentscheidung gezwungen, die Bedeutung aller Eigenschaften gegeneinander abzuwägen. Auch wird die soziale Erwünschtheit weitgehend reduziert, die sonst im Zusammenhang mit ökologischen und sozialen Fragen zu Verzerrungen im Antwortverhalten führt.

Der Preis ist nicht das Wichtigste

Wonach würden nun die von uns im Frühsommer 2007 befragten Ostschweizer Stromkunden ihr Produkt auswählen? Von den sieben insgesamt in unsere Analyse eingeflossenen Produktmerkmalen (Attributen) erklären die wichtigsten drei fast 80 Prozent der Wahlentscheidungen. Auf Platz 1 rangiert der Strommix (38 Prozent Wichtigkeit), vor den monatlichen Stromkosten (25 Prozent) und dem Ort der Stromproduktion (15 Prozent). Die anderen Merkmale (Stromlieferant, Preismodell, Vertragsdauer und Zertifizierung) haben hingegen einen geringeren Einfluss auf die Kaufentscheidung.

Dass der Preis nicht das wichtigste Merkmal ist, scheint zunächst ein Widerspruch zur gängigen Meinung über das Kundenverhalten. Umgekehrt zeigt sich gerade im Strommarkt immer wieder, dass viele Kunden keine präzise Vorstellung von ihren Ausgaben für Energie im Haushalt haben. Dass ein Qualitätsmerkmal des Produktes eine entscheidende Rolle spielt, ist zudem eine gute Nachricht für das Marketing, zeigt es doch den Anbietern die Möglichkeit auf, sich nicht auf einen ruinösen Preiskampf einlassen zu müssen, sondern für ein höherwertiges Produkt durchaus einen angemessenen Preis erzielen zu können.

Die Bedeutung von Merkmalen wie Preismodell und Vertragsdauer dürfte in einem tatsächlich liberalisierten Markt wohl noch etwas zunehmen, wenn diese Aspekte auch in der Kommunikation der Anbieter einen grösseren Stellenwert erhalten und sich wie im Telekommunikationsmarkt eine entsprechende Differenzierung ergibt. Bei der Zertifizierung hatte einzig das Schweizer Ökolabel «naturemade star» einen kleinen positiven Einfluss auf die Kaufentscheidung – ein Zeichen dafür, dass die Ökolabels im Strommarkt verglichen beispielsweise mit der Energie-Etikette des Bundes im Hausgerätemarkt noch einen geringeren Bekanntheitsgrad aufweisen. Bezüglich des Ortes der Stromproduktion bevorzugen die Kunden in der Schweiz hergestellten Strom, wobei Strom aus der Region noch eine geringfügig höhere Bewertung erzielte.

Kernenergie wenig beliebt

Wie steht es nun um die Präferenzen der Kunden bezüglich des von ihnen als am wichtigsten erachteten Merkmals, des Strommix? Um diese Frage beantworten zu können, haben wir in unsere Wahlexperimente fünf verschiedene Produkte einfliessen lassen (siehe Grafik). Diese Strommixe wurden den Befragten jeweils in Kombination mit Variationen der oben beschriebenen sechs weiteren Produktmerkmale zur Auswahl vorgelegt. Die Ergebnisse der Analyse sind in der Grafik dargestellt. Sie zeigt die relativen Veränderungen des Kundennutzens gegenüber dem heutigen Basismix aus Kernenergie und Wasserkraft, was mit einer gewissen Vorsicht als Anhaltspunkt für entsprechende implizite Zahlungsbereitschaften interpretiert werden kann.

Entscheidender als die absoluten Grössen ist dabei die Rangfolge der einzelnen Varianten. Es zeigt sich zunächst allgemein eine Vorliebe der Kunden für umweltverträgliche Formen der Stromproduktion: Die Varianten mit einem Anteil erneuerbaren Energien (Mix 3, 4 und 5) werden mit einer höheren Wahrscheinlichkeit gewählt als jene ohne erneuerbare Energien (Mix 1 und 2). Innerhalb der beiden rein erneuerbaren Produkte bevorzugen die Kunden einen Mix aus 85 Prozent Wasserkraft und 15 Prozent neuen erneuerbaren Energien (Mix 4) gegenüber einem reinen Wasserkraft-Produkt (Mix 5). Vor dem Hintergrund der Debatte um neue Grosskraftwerke ist interessant, dass der Vergleich zwischen dem heutigen Ostschweizer Basisprodukt, einem reinen Kernenergie-Wasserkraft-Mix (Mix 2), und einem Mix aus 50 Prozent fossiler Energie, 45 Prozent Wasserkraft und 5 Prozent neuen erneuerbaren Energien (Mix 3) spürbar zugunsten der kernenergiefreien Variante ausfällt.



Ein energieeffizienter Kühlschrank ist nur der Anfang: Stromkunden bevorzugen auch umweltfreundliche Formen der Energieproduktion. ALESSANDRO DELLA BELLA / KEYSTONE

Zusammenfassend lassen sich diese Ergebnisse wohl wie folgt interpretieren: Wäre der Kunde im Strommarkt König, gehörte die Zukunft den erneuerbaren Energien. Und für die Übergangszeit, in der nichterneuerbare Energien einen namhaften Anteil der Stromversorgung bestreiten, hält der durchschnittliche Kunde einen Mix aus Gaskraftwerken und einem kleinen Anteil neuen erneuerbaren Energien für das geringere Übel im Vergleich zu Kernkraftwerken.

Umfrageergebnisse sind zweifellos eine Vereinfachung der Wirklichkeit. Insofern ist bei ihrer Interpretation stets Vorsicht angebracht, auch wenn wie im vorliegenden Fall eine bewährte Methode der Marktforschung zum Einsatz kommt. Ist aus unseren Ergebnissen abzuleiten, dass eine Vielzahl von Stromkunden kurze Zeit nach der Marktöffnung ihren Versorger wechselt und zu einem höheren Preis Ökostrom kaufen wird? Dies sicher nicht, insbesondere weil die Erfahrung aus liberalisierten Märkten zeigt, dass die Wechselbereitschaft insgesamt eher gering ist, insbesondere wenn man mit seinem bestehenden Versorger zufrieden ist und die wahrgenommenen Preisunterschiede nicht sehr gross sind. Für vorausschauende Anbieter, die die Kundenbindung auch über die Marktöffnung hinaus sicherstellen wollen, gibt unsere Untersuchung jedoch wichtige Anhaltspunkte darüber, welche Aspekte dabei relevant sind und welche nicht. Die hohe Bedeutung des Strommix als Produktmerkmal und die Tatsache, dass die heutige Produktionsstruktur in der Beliebtheit der Kunden den vorletzten Rang einnimmt, zeigen Handlungspotenzial auf.

* Die Autoren danken der SN Energie Gruppe und den St. Galler Stadtwerken für die Unterstützung der Untersuchung.

Kundennutzen unterschiedlicher Stromprodukte



Quelle: IWÖ-HSG NZZ

Neuenburger Kandidaturen für Unesco-Weltkulturerbe

La Chaux-de-Fonds und Le Locle

La Chaux-de-Fonds, 9. Okt. (sda) Die für die Aufnahme ins Unesco-Weltkulturerbe kandidierenden Städte La Chaux-de-Fonds und Le Locle veranstalten am 3. November einen «Denkmaltag der Uhrenindustrie». Sie wollen die Bevölkerung so für die Kandidatur sensibilisieren. Rund 15 Unternehmen der Uhrenindustrie werden ihre Tore für die Bevölkerung öffnen. «Die Städte in den Neuenburger Bergen sind von und für die Uhrenindustrie gebaut worden», sagte der Stadtpräsident von La Chaux-de-Fonds, Laurent Kurth. Daraus sei ein Architektur- und Gebäudestil entstanden, der eine Aufnahme ins Unesco-Weltkulturerbe rechtfertige. Der Denkmaltag des Weltkulturerbes wird auch vom Bundesamt für Kultur (BAK) unterstützt. Der Bundesrat hatte eine Aufnahme der Uhrmacher-Städte ins Weltkulturerbe der Unesco empfohlen. Laut Oliver Martin vom BAK wird das Kandidaturdossier am 21. Dezember in Paris eingereicht. Ein Entscheid über den Antrag der beiden Städte werde für 2009 erwartet.

KURZMELDUNGEN

Gestohlene Antiquität zurückgegeben. Die Schweiz hat eine gestohlene römische Bronze-Hand der Türkei zurückgegeben. Die Hand gehörte zu einer in der antiken Stadt Laodikeia in Phrygien gefundenen Statue, wie das Bundesamt für Kultur (BAK) am Dienstag mitteilte. Ein Schweizer hatte die Hand Ende 2005 an einer Auktion in Deutschland ersteigert. Erst später stellte dann das Auktionshaus fest, dass das Objekt bei Interpol von der Türkei als gestohlen gemeldet worden war. Der Besitzer gibt die Hand nun freiwillig an die Türkei zurück. *(ap)*



Was immer Ihre Wünsche und Ziele sind: Wir sind für Sie da.

Wir begleiten Sie mit unseren Finanzprodukten auf Ihrem ganz persönlichen Weg. Für eine individuelle Beratung gehen Sie in die PostFinance-Filiale in Ihrer Nähe oder besuchen Sie uns unter **www.postfinance.ch**