



Webinar:
Dem Klimawandel begegnen –
Welche Rolle spielen dabei die KundInnen?

1. Ausgangslage

2. Aktive KundInnen – Wunsch vs. Wirklichkeit

3. Studienergebnisse

4. Zusammenfassung und Schlussfolgerungen

1. Ausgangslage

2. Aktive KundInnen – Wunsch vs. Wirklichkeit

3. Studienergebnisse

4. Zusammenfassung und Schlussfolgerungen

Die großen Veränderungen in der Energiewelt

Warum nicht alles bleiben kann, wie es ist

Klimaschutz

- Dekarbonisierung: raus aus CO₂ bei der Erzeugung von Strom
- Die Zukunft ist elektrisch: Industrie, Mobilität → erhöhter Strombedarf
- Energieeffizienz

Veränderter Markt

- Dezentralisierung: Trend, weg von großen Erzeugungsanlagen
- Nutzung von Flexibilität um verstärkten Netzausbau zu verhindern
- Neue Rolle für Konsumenten: Produzenten (PV + Speicher), demand response

Digitalisierung

- Smart Meter ermöglichen neue Preise & Produkte; Leistung wird relevant
- Smart Grids
- Smart Home – Alexa und Co erobern unser Zuhause

Und was bedeutet das alles für die KonsumentInnen?

Schöne neue Energiezukunft für uns alle??

- Größere Angebotsvielfalt: zB variable Tarife aber auch größere Komplexität beim Produktvergleich
- Umfassendere und häufigere Information über Verbrauch und Kosten
- Kundenverwaltungstools auf Plattformen der Energieunternehmen
- Neue Akteure und Dienstleister am Markt (Vermittler, One-Stop-Shop etc)
- Leistung wird wichtiger, nicht mehr nur Verbrauch – Nutzerverhalten muss angepasst werden
- Produzent statt nur Konsument
- Verkäufer der eigenen Flexibilität
- Aktivität lohnt sich – passive KundInnen zahlen finanziell womöglich drauf
- Vielfalt an Kundenbedürfnissen und Voraussetzungen: Achtung vor einer zwei-Klassen-Gesellschaft

1. Ausgangslage

2. Aktive KundInnen – Wunsch vs. Wirklichkeit

3. Studienergebnisse

4. Zusammenfassung und Schlussfolgerungen

Neue politische Vorgaben

Wie von offizieller Seite auf diese Veränderungen reagiert wird

#mission2030

Klima und Energiestrategie der Österreichischen Bundesregierung

- Empowerment der KundInnen
- Aktive Partizipation der BürgerInnen
 - E-Mobilität
 - uvm



„Winterpaket“

Neues Richtlinienpaket der Europäischen Union Clean Energy for all Europeans

- Aktive KundInnen
- Neue Akteure (zB Aggregatoren)
 - Local Energy Communities
 - uvm



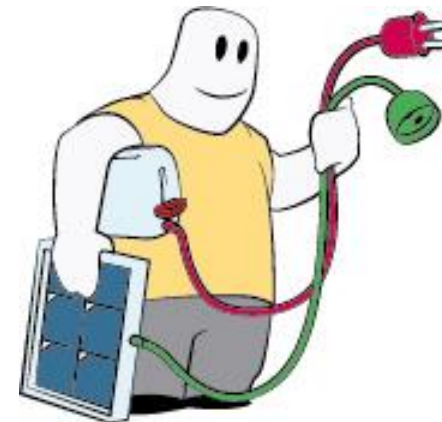
Auszüge aus der Klima und Energiestrategie:

- „Die Energiewende wird nur gelingen, wenn sie von allen mitgetragen und vorangetrieben wird, vom privaten „Häuslbauer“ bis zur Großindustrie.“
- „Mit der vorliegenden Strategie soll den Bürgerinnen und Bürgern in Zukunft ermöglicht werden, aktiv am Energiesystem zu partizipieren. Durch verstärkte Bewusstseinsbildung und Informationskampagnen sollen die Nachfrage nach klimafreundlichen und energieeffizienten Produkten, Dienstleistungen und Technologien erhöht sowie entsprechende Investitionen angeregt werden.“
- „Der derzeit erfolgende Rollout der Smart Meter ermöglicht bisher passiven EndkundInnen, nun auch aktiv und flexibel neue Produkte und Dienstleistungen zu nutzen.“

Aktive KundInnen

Was ist damit gemeint?

- Eigenproduktion, Speicherung und Verkauf
- Lastmanagement, Aggregation
- Energieeffizienzmaßnahmen
- Lieferantenwechsel
- Dynamische Energiepreise
- Informationsbeschaffung
- Energy Communities
- Home Automation



Status Quo

Und wo stehen die KundInnen heute?

- KundInnen haben wenig Awareness für Energie
- Energie ist jederzeit und überall verfügbar
- Kosten für Energie sind moderat
- Geringe Einsatzbereitschaft von neuen Technologien wegen hoher (immaterieller) Kosten und geringem (materiellem) Nutzen
- Beibehaltung von Komfort und individueller Freiheit gehen vor



Was ist also zu tun?

Grundlage um rechtzeitig und angemessen den Veränderungen begegnen zu können

Wenn es gesamtgesellschaftlich, aber auch im Sinne des Einzelnen ist, aktiv am Energiemarkt teilzunehmen, stellt sich die Frage, wie die Menschen dazu bewegt werden können, ihr Verhalten entsprechend zu ändern

Berücksichtigung der Perspektive von HaushaltskundInnen ist essentiell für das Gelingen der großen Vorhaben



Voraussetzungen für aktives Handeln

Was ist relevant dafür, dass Menschen bestimmte Handlungen setzen

Psychologische Grundhaltungen

- Gewohnheiten und Erwartungshaltungen
- Angst vor Verlusten und risikoscheu
- Lieber heute als morgen
- Normen und Vorbilder

Interesse und Verständnis

- Notwendigkeit der Verhaltensänderung ausreichend bewusst?
- Folgen veränderten Verhaltens bekannt?

Bestehende Erkenntnisse über Einstellungen und Verhaltensweisen

- Wechsel: erwartete geringe Einsparung + hoher Aufwand, Loyalität, regionale Verbundenheit



Unterschiedliche Potenziale

Was uns alles beeinflusst

- Finanzielle Möglichkeiten
- Energiekonsum richtet sich nach Lebensstil, Gewohnheiten, Traditionen, Bedürfnissen etc
- Notwendigkeit eines bestimmten Energieverbrauchs für Bedürfnisse nach Sicherheit, Licht und Wärme
 - Geregelt und gesellschaftlich „genormte“ Tagesabläufe bestimmen Energieverbrauch stark mit
 - Grenzen der (zumutbaren) Verschiebung von Mengen und Lasten
- Zeitliche Dauer von Maßnahmen sehr unterschiedlich
- Vollautomatisierung bedeutet auch Fremdbestimmung in den eigenen vier Wänden!



1. Ausgangslage

2. Aktive KundInnen – Wunsch vs. Wirklichkeit

3. Studienergebnisse

4. Zusammenfassung und Schlussfolgerungen

Was wissen die KundInnen heute

Umfrageergebnisse

Onlinebefragung durch Integral Markt- und Meinungsforschung

- Sample: 1000 Befragte

Wissensstand und Marktpotentiale:

- Grundlegende Kenntnisse zu Stromverbrauch und Funktionieren des Marktes
- Einstellung zum Energiesparen
- Interesse an neuen Produkten und Dienstleistungen

Große Wissenslücken hinsichtlich eigenem Energieverbrauch, Strombedarf für Anwendungen im täglichen Leben und Handlungsoptionen



INTEGRAL
MARKT- UND MEINUNGSFORSCHUNG

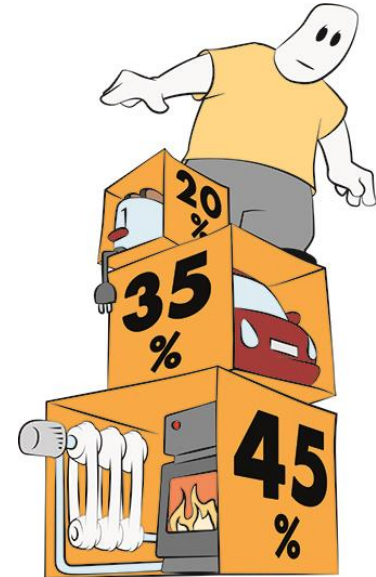
Partner von SINUS-Milieus | Berlin | Stuttgart

Wie viel Prozent des Stromverbrauchs eines durchschnittlichen Haushalts werden für Beleuchtung benötigt?

26% oder mehr

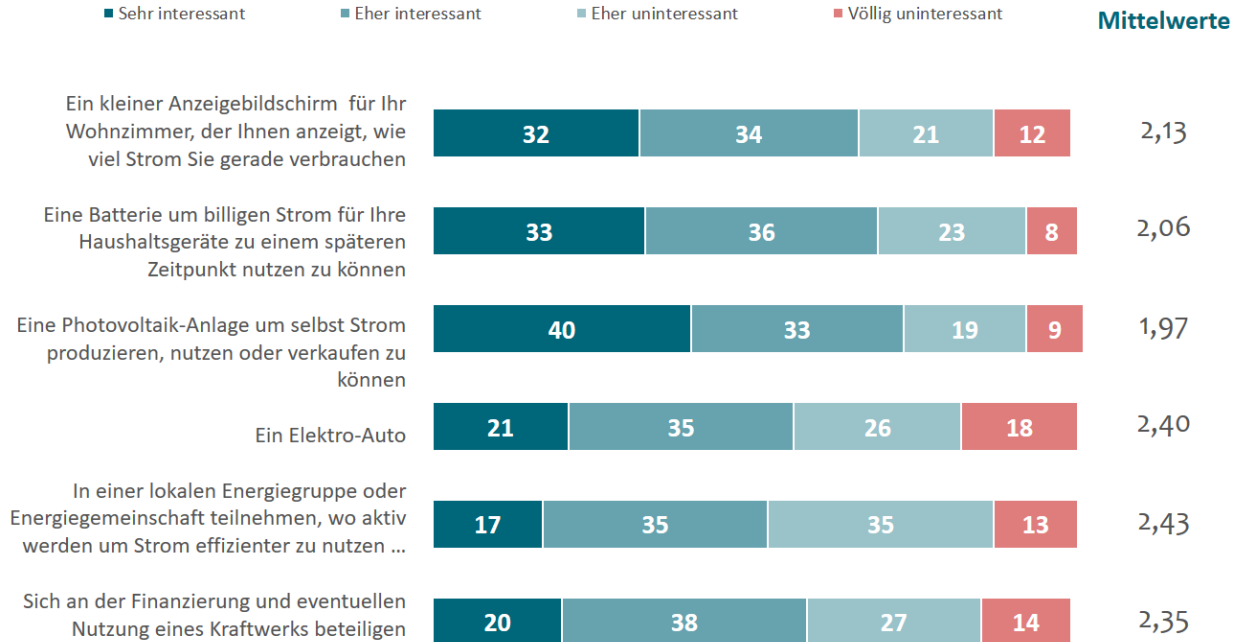
Zwischen 12 und 18%

Unter 10%



Interesse an Produkten und Dienstleistungen

PV Anlagen erreichen das höchste Interesse



Energiesparen
Studiennummer – 5754



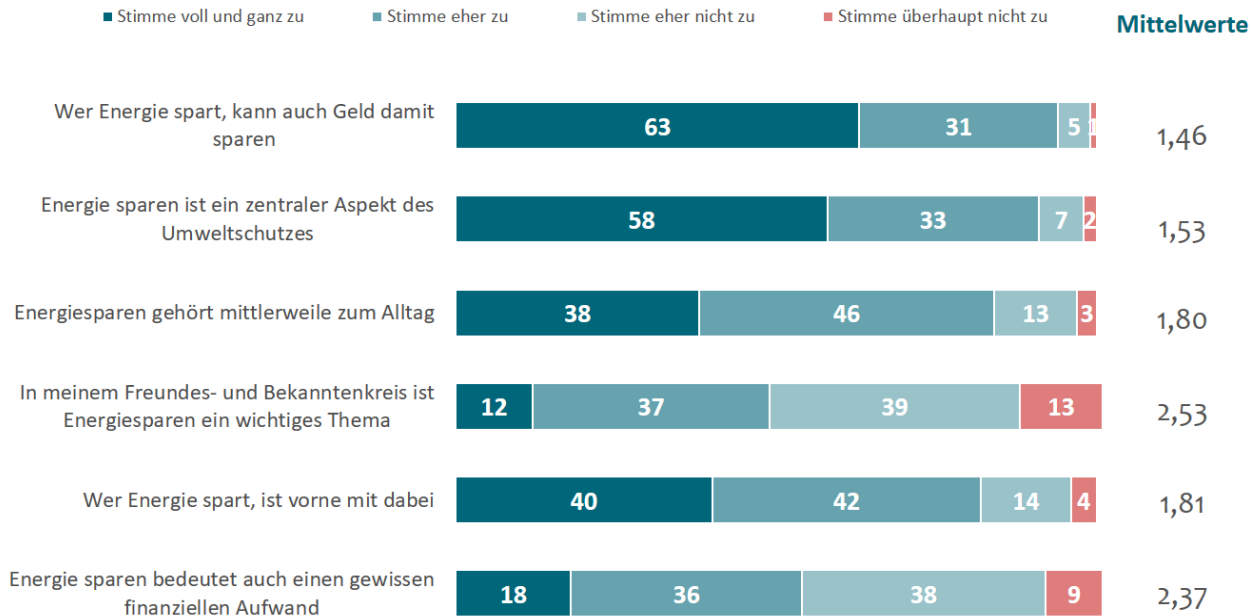
INTEGRAL
Partner von SINUS-Mittelberg • Berlin • Singapur

Q2A: Bitte teilen Sie uns jetzt mit, wie interessant Sie die folgenden Produkte bzw. Dienstleistungen finden.

(Basis: Alle Befragten)
n = 1000

Einstellungen zum Energiesparen

Eine positive Einstellung bedeutet aber noch lange nicht, dass man danach handelt!



Energiesparen
Studiennummer – 5754



INTEGRAL
MARKT- UND
RESEARCH-
FORSCHUNG

Partner von SINUS-Marketing • Berlin • Singapur

Q7A: Abschließend wollen wir von Ihnen wissen, wie Sie über Energiesparen denken. Bitte sagen Sie uns, wie sehr Sie den folgenden Aussagen zustimmen.

(Basis: Alle Befragten)
n = 1000

Qualitative empirische Untersuchung

- > Projekt „Der aktive Kunde“: AIT beauftragt
- > 24 Interviews und drei Fokusgruppen
- > Einstellungen zu
 - Eigenerzeugung
 - Energiesparen
 - Automatisierung
 - Anbieterwechsel
 - Kommunikation von Energiedaten



E-CONTROL PROJEKT „DER AKTIVE KUNDE“
Abschlusspräsentation 23.04.2018
Dr. Andreas Sackl



Eigenerzeugung und Speicherung

- Großes Interesse aber auch Skepsis bzgl. Wirtschaftlichkeit und Amortisationszeiten
- Einsparung in Geld wichtiger als kWh einzusparen; Sichtbarkeit der Einsparung wichtig!
- Mehrparteienhäuser: große Vorbehalte über Praktikabilität

Smart Home

- Voll automatisierte und fernsteuerbare Haushaltsgeräte: weniger interessant weil Nutzen unklar
- Große Skepsis bezüglich Interoperabilität der Geräte; unklar, welche Adaptierungen notwendig
- Zentraler Ansprechpartner fehlt

Zeitabhängige Tarife

- Werden skeptisch bewertet: Einschränkung der Freiheit „spontanen“ Stromkonsums befürchtet

Kommunikation von Energiedaten

- Wunsch nach einfacher Rechnung; alle detaillierten Infos und Daten via App



E-CONTROL PROJEKT „DER AKTIVE KUNDE“
Abschlusspräsentation 23.04.2018
Dr. Andreas Sackl



Motivation

Was bringt Menschen zum Handeln

1. Geld
2. Umwelt
3. Front Runner: Neues ausprobieren
4. Netzdienliches Verhalten
5. Sozial erwünschtes Verhalten

Frage: „Was kann ich als Einzelner schon bewirken“



E-CONTROL PROJEKT „DER AKTIVE KUNDE“
Abschlusspräsentation 23.04.2018
Dr. Andreas Sackl



Sind Sie ein aktiver Kunde? Eine aktive Kundin?

Haben Sie eine PV Anlage oder eine thermische Gebäudesanierung vorgenommen?

Haben Sie sich intensiv mit Ihrem eigenen Energieverbrauch in ihren 4 Wänden auseinandergesetzt?

Kennen Sie die Stromfresser in Ihrem Haushalt?

Würden Sie sich als aktiven Kunden, als aktive Kundin bezeichnen?

Ja, bin eher ein aktiver Kunde, eine aktive Kundin.

Nein, ich bin in diesem Bereich eher bequem.

1. Ausgangslage

2. Aktive KundInnen – Wunsch vs. Wirklichkeit

3. Studienergebnisse

4. Zusammenfassung und Schlussfolgerungen

- Aktive Teilhabe der KonsumentInnen ist notwendig für das Gelingen der Energiewende
- Die entsprechenden Rechtsrahmen werden in den nächsten Jahren wichtige Weichen stellen
- Interesse in der Bevölkerung ist vorhanden
- ABER: Große Wissenslücken über fundamentale Fakten
- Wissensstand bezüglich möglicher Handlungen und Aktivitäten ebenfalls gering
- Monetäre Anreize sind wichtige Motivatoren, Wirtschaftlichkeit diverser Maßnahmen werden aber bezweifelt
- Relevanz des eigenen Handelns ist unklar
- Sehr unterschiedliche Voraussetzungen für aktive Teilnahme

Information

- Wissenslücken füllen
- Relevanz des eigenen Handelns muss bekannt sein
- Einfacher Zugang zu Informationen ermöglichen und aktiv auf die Bevölkerung zugehen

Motivation

- Finanzielle Einsparungen müssen möglich sein und vor allem sichtbar!
- Motivatoren jenseits der strikten Wirtschaftlichkeit müssen deutlich verstärkt werden

Wege ermöglichen

- Einfache Handlungsmöglichkeiten ermöglichen und aufzeigen
- Maßnahmen, die sicherstellen, dass alle, auch die Schwächeren der Gesellschaft, partizipieren können

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Und viel Spaß bei der aktiven Teilnahme am Energiemarkt der Zukunft!



MAG. CHRISTINA VEIGL-GUTHANN



+43 1 24724 403



Christina.veigl@e-control.at



www.e-control.at

Unsere Energie gehört der Zukunft.

E-Control

Rudolfsplatz 13a, 1010 Wien

Tel.: +43 1 24 7 24-0

Fax: +43 1 247 24-900

E-Mail: office@e-control.at

www.e-control.at

Twitter: www.twitter.com/energiecontrol

Facebook: www.facebook.com/energie.control

