



# Projekt „Effektive Verbraucherinformation“

Handlungsempfehlungen für eine optimierte  
Verbraucherinformationspolitik  
- exemplarisch im Energiebereich

Vorstellung in der Verbraucherkommission Bayern  
12. Oktober 2016

## Einleitung in Problemstellung und Zielsetzung: Neue Herausforderungen für die Verbraucherinformationspolitik

### ***Veränderte Konsum- und Lebenswelt***

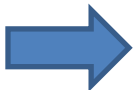
- Steigende Anzahl von Produktneuentwicklungen und -diversifizierungen, beschleunigter Markteintritt neuer Produkte, Informationsflut, Digitalisierung

### ***Ausdifferenzierung der staatlichen Verbraucherpolitik***

- Ausbau der Verbraucherinformation in den neuen Medien, Selbstregulierung durch Einbindung aller Akteure (Zivilgesellschaft)

### ***Entwicklung einer neuen Verbraucheröffentlichkeit***

- Kommunikationsnetze (Facebook, Verbraucherforen), Sammlung und Analyse von Verbraucherdaten (BigData)



- Verbraucherinformationen sind immer schwerer zu standardisieren
- Verbraucherdaten werden zur eigenständigen Ware
- Veränderte Rolle des Verbrauchers: Verbraucher als Prosument und Bürger

# Ziele

- Erforschung zentraler Aspekte einer **effizienten Verbraucherinformation**:
  - Erfassung der Wirkung, neuer verbraucherpolitischer Handlungsziele und neuer Konsumbereiche auf die **Informationsbedürfnisse** der Verbraucher
  - Untersuchung der **Gestaltung** von Verbraucherinformation, so dass sie leicht **aufgenommen** und verarbeitet wird und zu **Veränderungen** in Einstellung und Verhalten führt.
- Exemplarisch für den Energiebereich
  - Konkretisierung **verbraucherrelevanter Informationen im Zusammenhang mit energiepolitischen Zielen**, wie dezentrale Energiebereitstellung, Netzstabilität, Eigenversorgung, Smart Applications, dynamische Feedbacksysteme

# Projektüberblick

Partizipativer Prozess  
HSWT

Verbraucherstudie  
TUM

Ausarbeitung des Fokus für Großgruppenveranstaltung und Verbraucherstudie

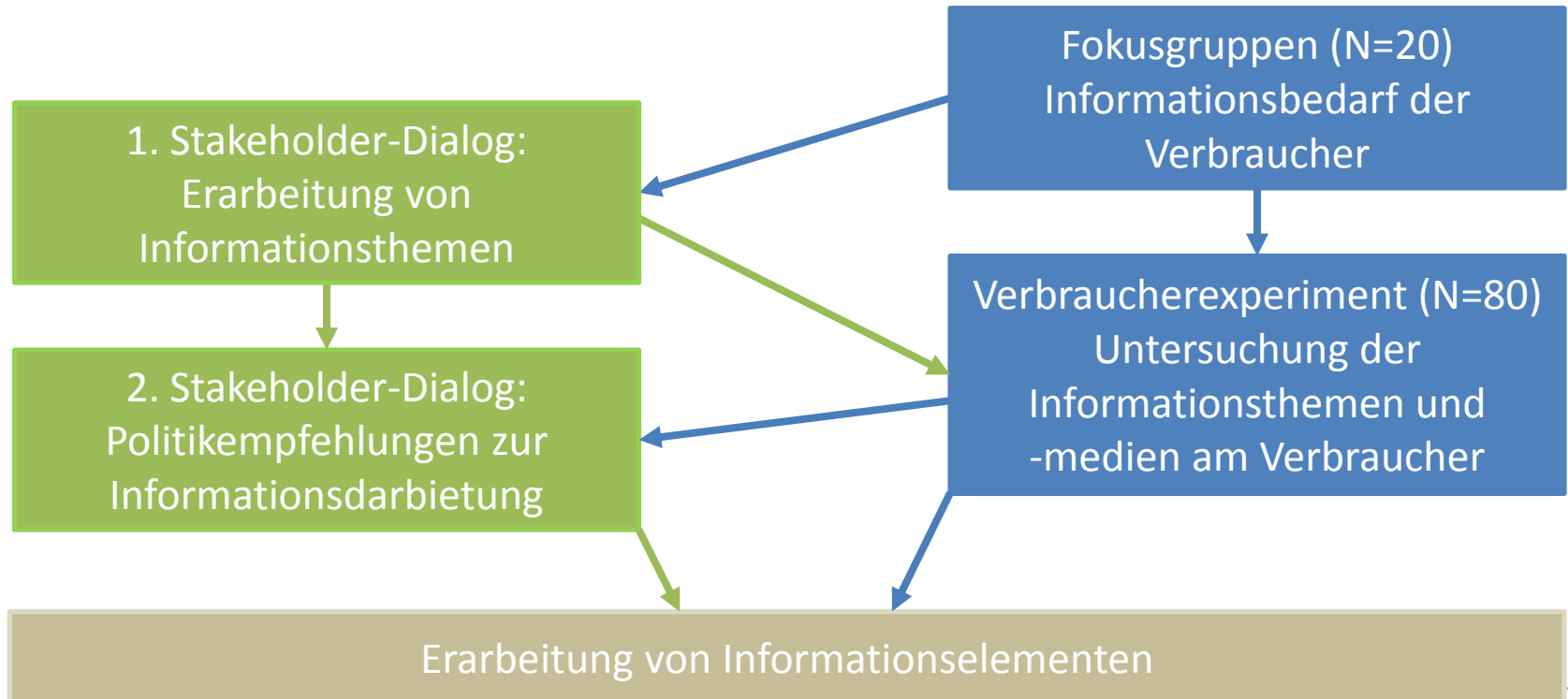
1. Stakeholder-Dialog:  
Erarbeitung von  
Informationsthemen

Fokusgruppen (N=20)  
Informationsbedarf der  
Verbraucher

2. Stakeholder-Dialog:  
Politikempfehlungen zur  
Informationsdarbietung

Verbraucherexperiment (N=80)  
Untersuchung der  
Informationsthemen und  
-medien am Verbraucher

Erarbeitung von Informationselementen

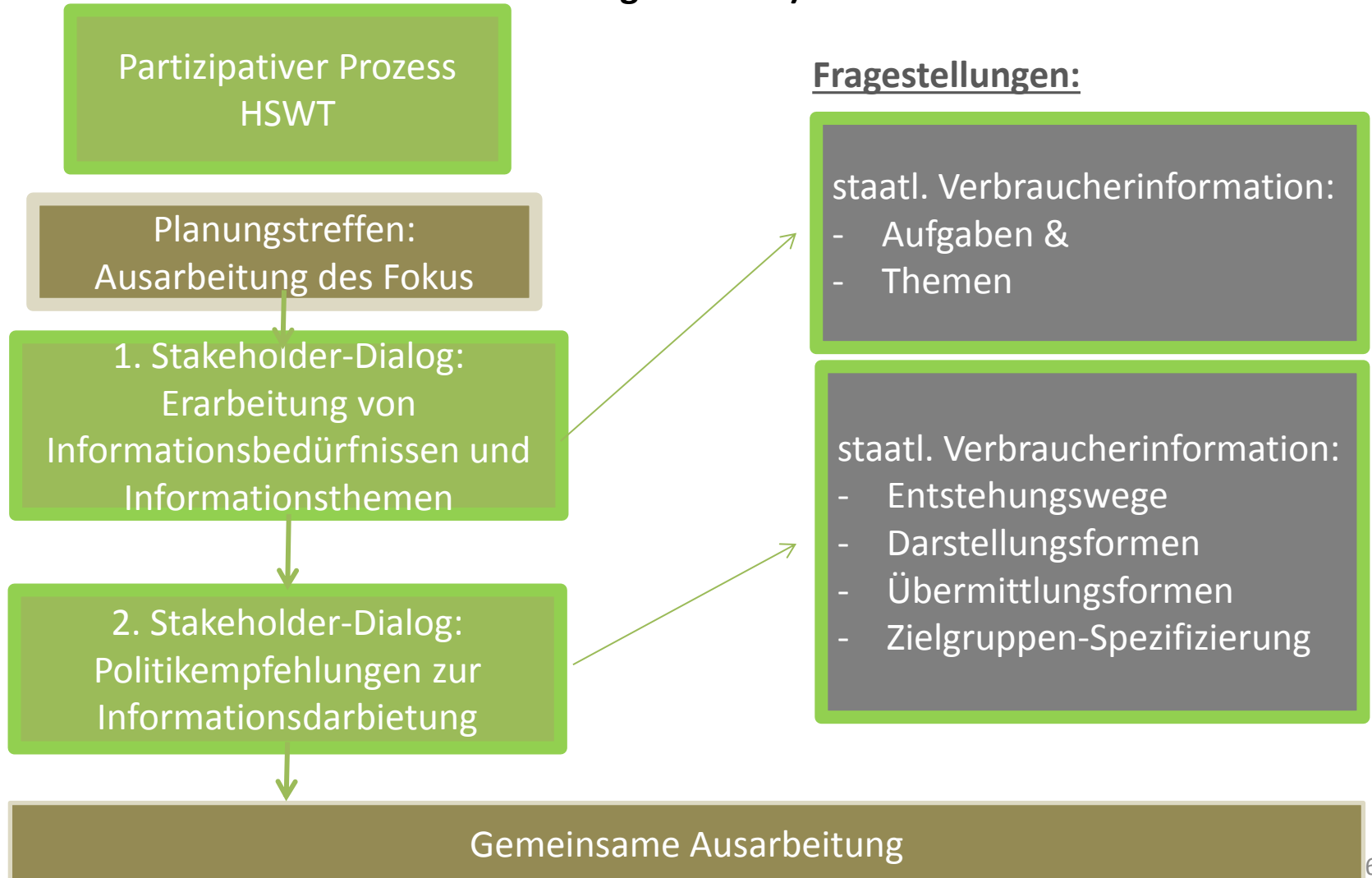




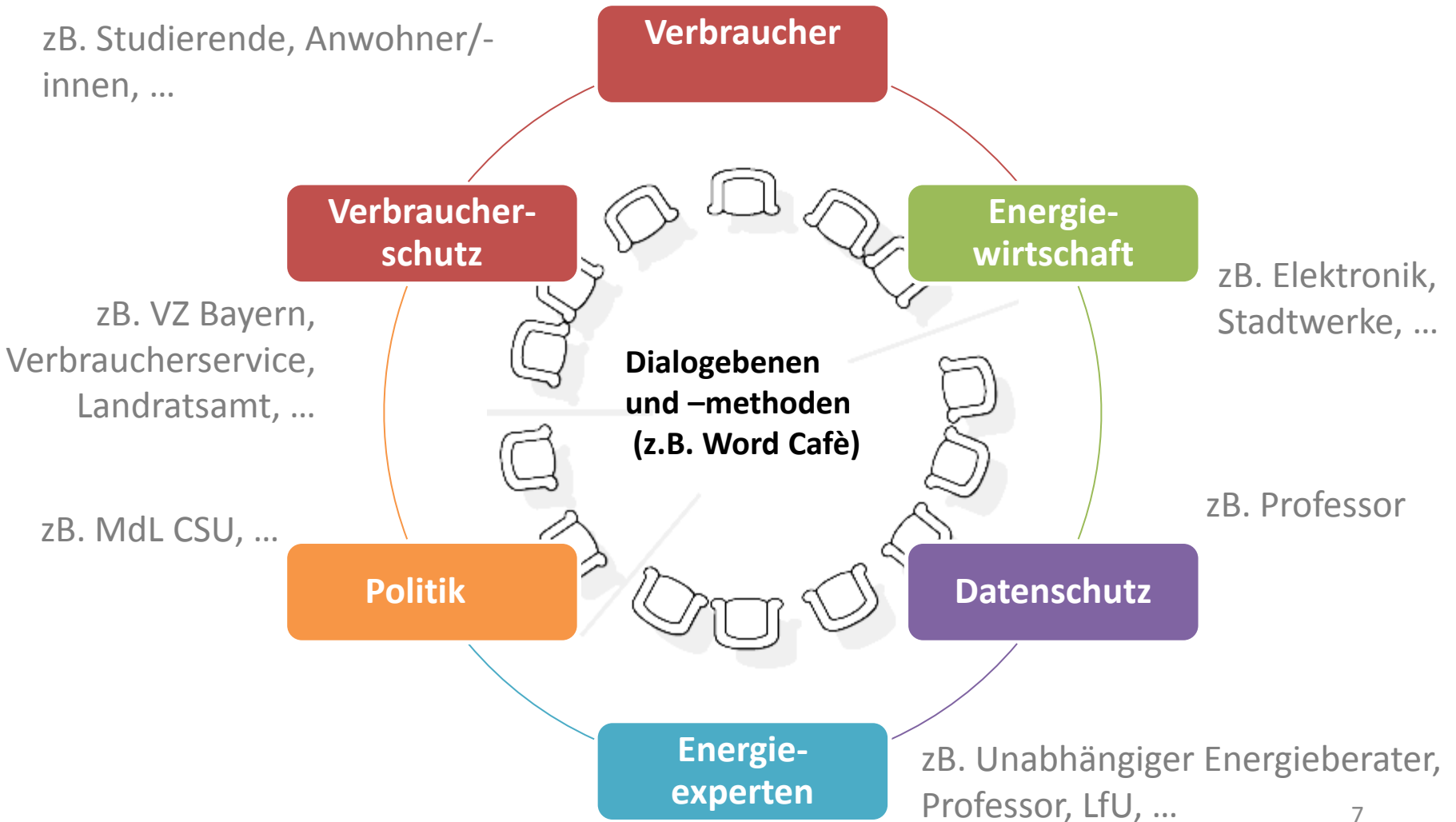
## 2. Stakeholder-Dialoge

- a. Untersuchungsziele
- b. Methode
- c. Ergebnisse

## Ziel: Einbindung von Stakeholder in die Ausgestaltung von staatlicher Verbraucherinformation → „kooperative Verbraucherpolitik“ (exemplarisch für den Energiebereich)



# Methode - Stakeholdergruppen



# Methode - Beispiel World Café

Bsp.:

World Café



Optimierter Strombedarf	Smart Home
<p>Welchen Strombedarf brauchen wir? Wie beeinflusst das die Energiewende? Was kann der Verbraucher tun?</p>	<p>Wie verändert es unser Leben? Was hat der Verbraucher davon?</p>





## Ergebnisse zu Verbraucherinformationsbedürfnissen: Wie sollte staatl. Verbraucherinformation gestaltet sein?

NichtManipulativ  
Vielschichtig Objektiv Nachvollziehbar  
InteraktiveInhalte  
Konkret Transparent EinfacheSprache  
Komplexitätsreduziert  
GuteVisuelleDarstellung Kurz  
Werbefrei Neutral Vielfältig  
Sachlich Wahrheitsgemäß  
Gebündelt Kostenfrei  
SpezielleSuchmaschinen

## Ergebnisse

### – Themen und Zuständigkeit staatl. Verbraucherinformation

Thema	Wunsch- Gewichtung	Wunsch- Zuständigkeits- bereich staatl. Verbraucher- information
Anleitung zur Analyse des Ist- und Soll-Zustandes im Privathaushalt	62 %	ja
Erklärungen zu politischen Entscheidungen	62 %	ja
Lastenverteilung in der Energiewende	62 %	ja
Datenschutz und Datenverwendung im Energiesektor	46 %	
Gegenüberstellung verschiedener Standpunkte	46%	ja
Konkrete Kostenaufstellungen	46 %	
Umgang mit Daten	46%	ja
Anreize zur Verhaltensänderungen und deren Vorteile für den Verbraucher	38 %	ja
Begründung von Subventionen	38 %	ja
Betriebswirtschaftliche und qualitative Vorteile	38 %	
Preistransparenz von Versorgern	38 %	
transparente Vergleichsrechner	38 %	

# Ergebnisse

## – Themen staatl. Verbraucherinformation

Thema	Gewichtung	Zuständigkeitsbereich staatl. Verbraucherinformation
Aufklärung - welches Wärmesystem passt zu wem?	31 %	ja
Bestandteile des Strompreises	31 %	ja
Klarheit und Wahrheit bei Aussagen und Entscheidungen im Rahmen der Energiewende	31 %	ja
Rechtliche Beratung und Schuldnerberatung bei Energiearmut	31 %	ja
Gründe und Lösungen für Energiearmut	23 %	
Informationen zu regionalen Angeboten und Gegebenheiten	23 %	ja
Rentabilität von Smart Homes	23 %	
Umsetzungsbeispiele	15 %	
Aufklärung über manipulative Informationen	8 %	ja
Energiepolitik sowie Bildungs-, Wirtschafts- und Sozialpolitik im Energiebereich	8 %	ja
Smart Grid	8 %	ja
Stromproduktion, z.B. deren Rahmenbedingungen	8 %	ja

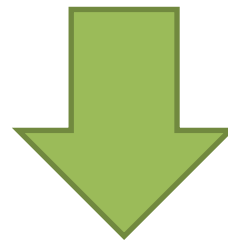
# Ergebnisse

## - zu Stakeholder-Dialog als neue Form kooperativer Verbraucherpolitik

- Stakeholder-Dialoge sind geeignet:
  - Erfahrungen und Erwartungen der Anspruchsgruppen kritisch-konstruktiv in die staatliche Verbraucherpolitik einzubinden und
  - dadurch staatliche Verbraucherinformationspolitik bzgl. ihrer Machart, Wirkung und Akzeptanz zu verbessern.
- Voraussetzung sind:
  - Offen moderierte Stakeholder-Dialoge auf gleicher Augenhöhe, deren Ergebnisse von den politischen Entscheidungsträgern ernstgenommen werden



**Stakeholder-Dialoge**



**Verbrauchereperiment**

# Verbraucherstudie zu Informationsverhalten und -bedürfnissen

## Methodenmix zur Erfassung von...

- bevorzugten Themen und Quellen im Bereich Strom und Energie
- bereits vom Verbraucher durchgeführte Stromsparmaßnahmen
- Motive, Einstellungen und Meinungen
- Visuelle Wahrnehmung von Verbraucherinformationen im Internet



# Ergebnisse Fokusgruppen

## Strom sparen

- hohe Bedeutung
- hoher Aufwand, geringer Ertrag

## Stromverbraucher im Haushalt

- Geringes Wissen

## Intelligente Stromzähler

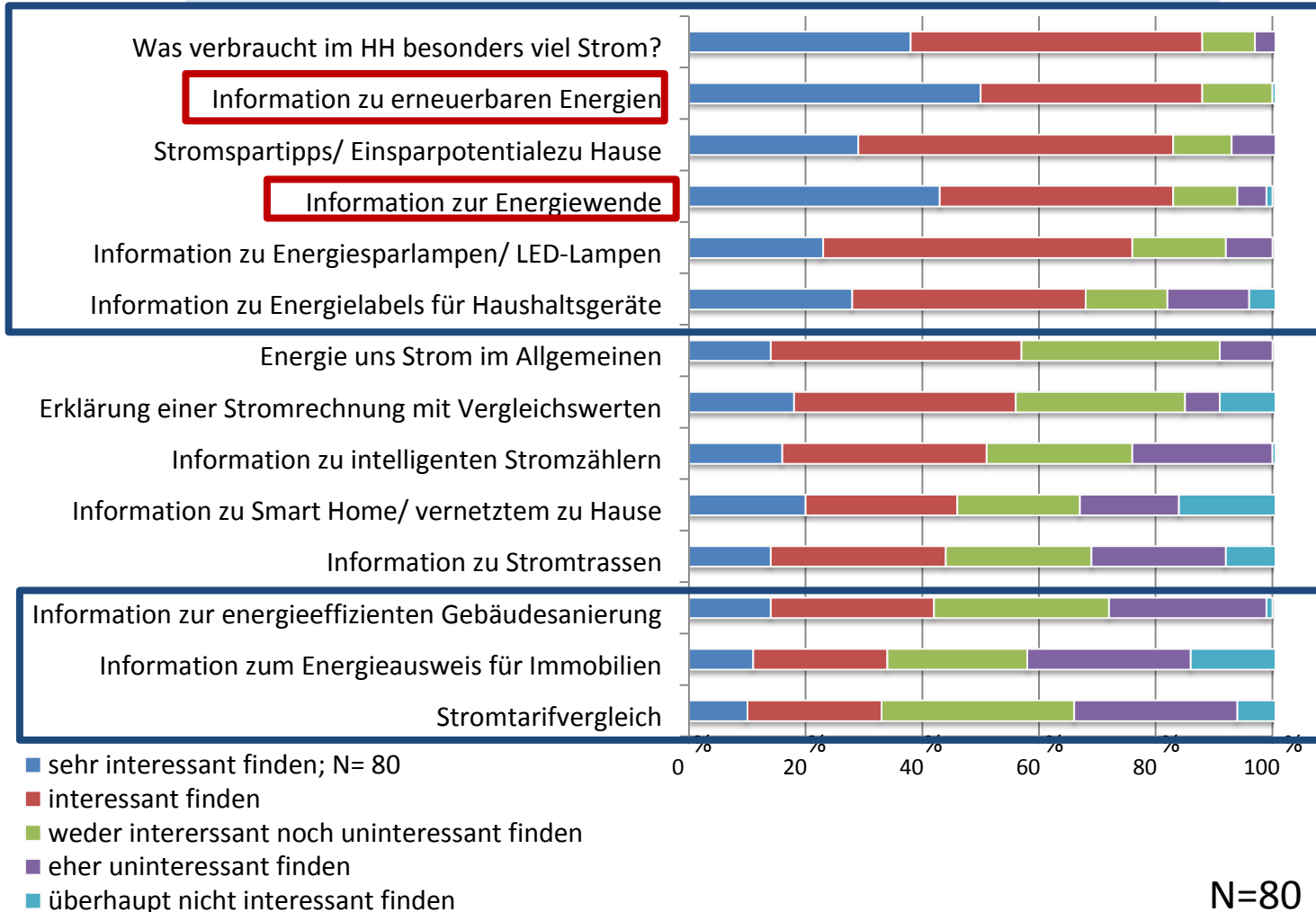
- geringes Wissen, neuer Themenkomplex auch für Experten unter den Verbrauchern
- Motiv Umweltschutz

## Bevorzugte Informationsquellen

- Internet
- Skepsis bzgl. Objektivität
- Zuverlässigkeit staatlicher Quellen

# Interesse für Themen im Bereich Strom und Energie

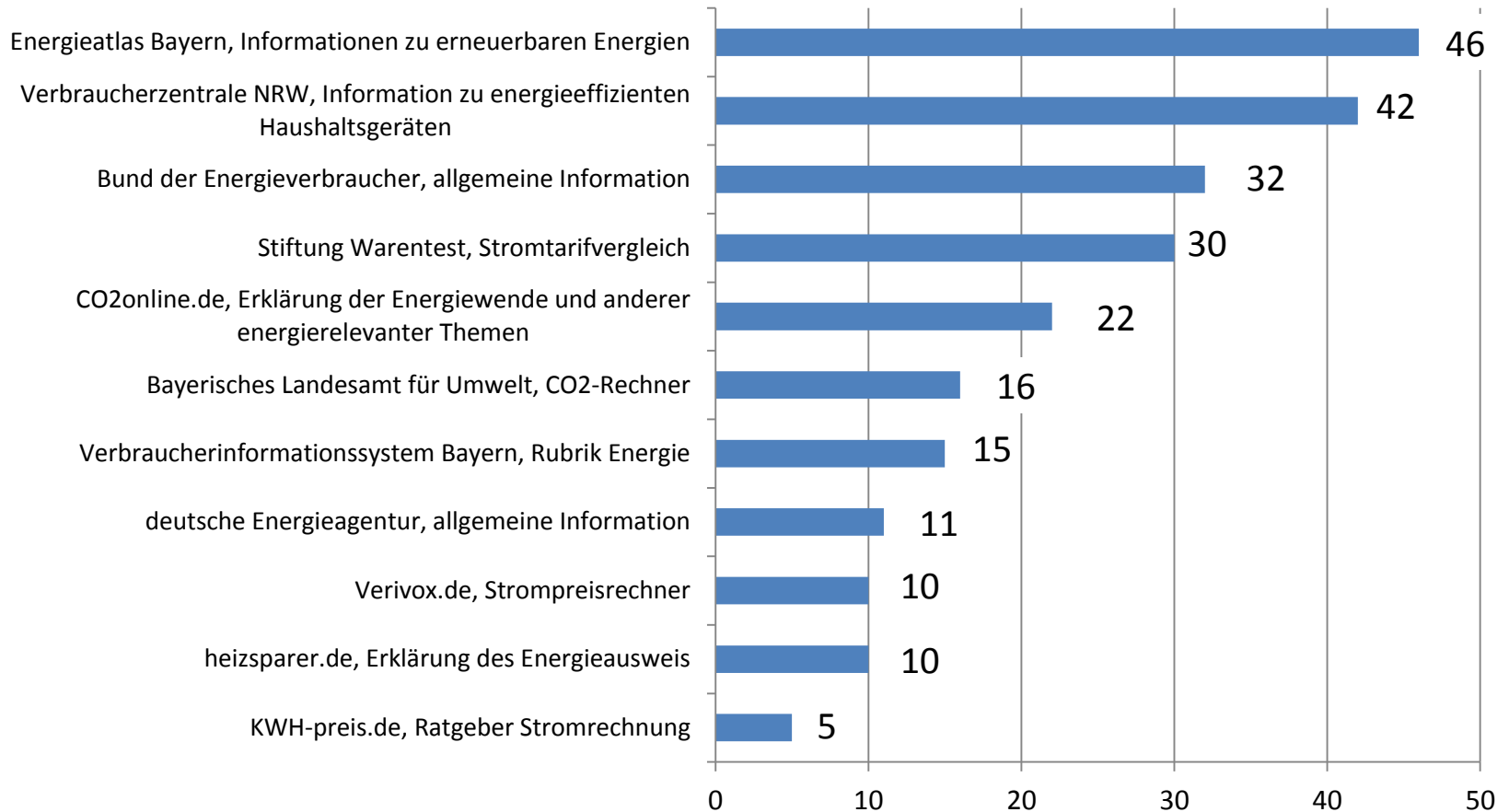
Die Tabelle zeigt den Anteil der Probanden, welche dieses Thema ...





# Vom Verbraucher bevorzugte Informationsquellen

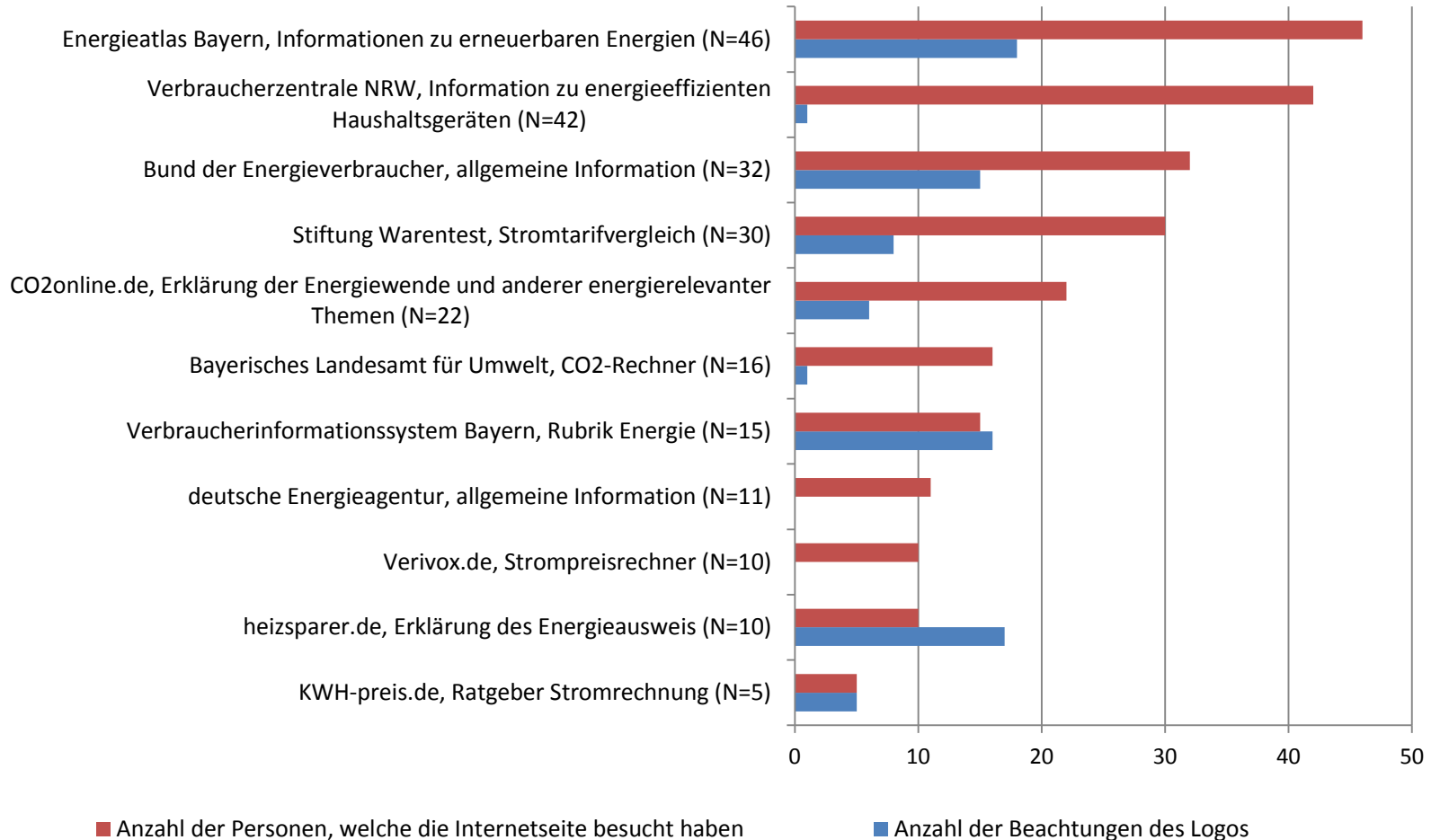
“Wählen Sie bitte aus folgenden Internetseiten jene drei aus, die Sie am meisten interessieren.“



■ Anzahl der Versuchspersonen, die o. g. Internetseiten angewählt haben; N= 239

# Internetseiten – Betrachtung

Anzahl der Personen, welche die Internetseite betrachtet haben (N) vs.  
Anzahl der Betrachtungen des Logos auf der Internetseite



## Bevorzugte Absender für ausgewählte Energiethemen

	Bayer. Staatsministerien	vz	Stadtverwaltung	Tageszeitung	Energieversorger
Persönliche Stromsparberatung	1%	<b>63%</b>	1%	0	35%
Stromvergleich Online-Rechner	6%	<b>74%</b>	5%	0	15%
Erklärung einer Stromrechnung und der dort angegebenen Vergleichswerte	8%	36%	5%	3%	<b>49%</b>
Information zum intelligenten Haus / Smart Home	9%	<b>51%</b>	1%	5%	34%
Information zum intelligenten Stromzähler / Smart Meter	9%	42%	3%	0	<b>46%</b>
Allgemeine Tipps zum Stromsparen	16%	<b>50%</b>	3%	18%	14%
Energieausweis	21%	<b>26%</b>	<b>26%</b>	1%	25%
Information zum Funktionieren der Stromversorgung allgemein	25%	14%	8%	9%	<b>45%</b>
Kredite und Zuschüsse für höhere Energieeffizienz	<b>41%</b>	28%	21%	1%	9%



## 4. Schlussfolgerungen

- a. Spezifizierung des staatlichen Beratungsauftrages
- b. Geeignete Kanäle zur Verbraucherinformation

# Schlussfolgerungen

## Spezifizierung des staatlichen Beratungsauftrages

- Hohes Interesse am Thema, aber geringes Wissen
- Konkrete technikbezogene Informationen zu Einsparmöglichkeiten
- Sprachliche Komplexität der Verbraucherinformation gering halten
- Praxisnahe und beispielhafte Darstellung von Problemlösungen und Verhaltensmustern
- Interesse der Verbraucher an komplexen Zusammenhängen:  
Politische und Umweltaspekte verstärkt in die Kommunikation der Notwendigkeit verschiedener Verhaltensanpassungen einbeziehen
- Betonung des lokalen Aspekts
- Kernthemen genauso behandeln wie Randthemen
- Wahrung und Betonung von Transparenz und Objektivität erhöht die Glaubhaftigkeit und Wirksamkeit von Verbraucherinformation

# Schlussfolgerungen

## Geeignete Kanäle zur Verbraucherinformation

- Internet das Medium der Wahl für eine optimale Verbraucherinformation aufgrund von Reichweite und Aktualität
- Persönliche Beratungsangebote weiterhin wichtig zur Erreichung älterer und wenig technik-affiner Konsumenten
- Großes Vertrauen beim Verbraucher gegenüber staatlichen und staatlich subventionierten Internetseiten. Empfehlung: Beibehaltung und Ausbau dieses staatlichen Engagements
- Verbraucherinformation kann durch kooperative Dialogformen wirksam unterstützt werden, weil hier Stakeholder (Staatliche Stellen, Verbraucher, Politik, Wirtschaft) ihre jeweiligen Ansichten gezielt in die Gestaltung von V-Informationen einbringen und weitertragen