

Energie-Event vom 15. Dezember 2011 „Smart Metering“ und weitere Anreize zum Stromsparen – was funktioniert?

Alle sprechen vom Stromsparen. Das Bundesamt für Energie strebt ein Zukunftsszenario an, das von sinkendem Stromverbrauch dank Effizienzmassnahmen und Stromsparen ausgeht. Doch, wie kann man Konsumentinnen und Konsumenten dazu bringen, ihr Stromverbrauchsverhalten tatsächlich zu ändern? Und welchen Einfluss haben Smart Meters? Diesen Fragen ging die Liga Baselbieter Stromkunden an ihrem Energie-Event vom 15. Dezember 2011 im Hauptsitz der EBL in Liestal nach.



Landrat Christoph Buser

In seiner Begrüssung erläuterte der Liga Präsident, Landrat Christoph Buser, verschiedene Möglichkeiten, um Konsumentinnen und Konsumenten dazu zu bringen, Strom zu sparen. Der „Smart Meter“ oder auch der „intelligente Stromzähler“ sei ein System, das den Energieverbrauch des Konsumenten misst und die Daten in Echtzeit an den Energieproduzenten übermittelt. Diesen Stromverbrauch könne das Elektrizitätsunternehmen ihren Kunden regelmässig melden. Der Smart Meter Sorge damit für Transparenz über den eigenen Stromverbrauch, was einen Anreiz schaffen könnte, den Verbrauch zu senken. „Die Liga Baselbieter Stromkunden möchte nun wissen, ob wir alle Haushalte mit Smart Meters ausstatten sollen und ob dann dank dem Wissen um das „Wie Strom sparen“ und der Transparenz über das „Wie viel verbrauche ich“ tatsächlich weniger Strom verbraucht wird“, schloss Christoph Buser und übergab damit dem Referenten Dr. Jan Marckhoff das Wort.



Dr. Jan Marckhoff entwickelte mit seinem ETH Spinn-off „BEN Energy“ Projekte, mit welchen Stromkundinnen und -Kunden motiviert werden sollen, sparsamer mit Strom umzugehen. BEN Energy untersuchte auf Basis einer Vielzahl von eigens durchgeführten Versuchen und bereits bestehenden Analysen, wie Kundinnen und Kunden erfolgreich an das Thema Energieeffizienz herangeführt werden können. Sie nutzen dafür unter anderem die Verhaltensökonomie und die Psychologie. Neben finanziellen Anreizen beeinflussen nämlich noch andere Faktoren unser tägliches Verhalten.

Dr. Jan Marckhoff

„Die menschlichen Ressourcen sind limitiert“, erklärte Dr. Jan Marckhoff den Event-Teilnehmenden. Der Mensch könne deshalb nicht immer bewusst handeln, er verfüge schlichtweg nicht über die nötigen Fähigkeiten. Rund 95% unserer Handlungen würden somit unbewusst, also intuitiv ablaufen. Das führe dazu, dass unsere Entscheide nicht immer rational seien. Vielmehr würde der Mensch meist unbewusst ein Ziel wählen, das gut genug sei für ihn. „Denn wenn wir immer bewusst aus allem das Optimum herausholen müssten, wäre das zu anstrengend“, erklärt der Referent.

Zudem reagiere der Mensch sehr auf soziale Normen. „Es ist dem Menschen grundsätzlich wichtig, was sein Nachbar macht und denkt“, erklärt Dr. Jan Marckhoff. Studien hätten gezeigt, dass der Stromverbrauch erst dann zurückgehe, wenn die Kundin oder der Kunde quasi in einen Wettbewerb mit ihrem oder seinem Nachbarn verwickelt würde. „Und man muss versuchen, immer wieder die Aufmerksamkeit des Menschen zu gewinnen, damit er sein Verhalten auch beibehält.“ Das gelte auch für den Einsatz von Smart Meters. In Studien sei bereits früher festgestellt worden, dass die Leute ganz einfach das Interesse an ihrem Smart Meter verlieren würden. Der Geldanreiz habe beim Thema „Strom“ keinen grossen Einfluss, weil das Sparpotenzial aufgrund des niedrigen Strompreises zu gering sei. Es müssten also andere Motivatoren her, damit der Smart Meter regelmässig beachtet würde.

BEN Energy unterscheide in den Projekten verschiedene Kundensegmente. „Den Haushaltskunden“ an sich gäbe es nicht. Vielmehr müssten die Kundinnen und Kunden je nach ihren Eigenschaften angesprochen werden. Und diese würde BEN Energy durch spielerische Onlineangebote und mit Hilfe von „Story telling“ – „Geschichten erzählen“ - herausfinden. Je nach Segment würden die Kundinnen und Kunden mit unterschiedlichen Massnahmen dazu bewegt, Strom zu sparen.



Bis heute konnte der Stromverbrauch der Projektteilnehmenden um 3,7% reduziert werden. Weitere Projekte und Tests seien im Gange. Ziel von BEN Energy sei es, die eingesparte Kilowattstunde möglichst günstig anbieten zu können. „So weit sind wir heute allerdings noch nicht“, erklärt Dr. Jan Marckhoff. Die Projekte seien heute vor allem aus der Sicht des Vertriebsmarketing von Energieversorgungsunternehmen interessant.

Als Fazit erklärte der Referent, dass „Smart Metering“ alleine die erhofften Sparwünsche nicht erfüllen könne. Aber, es sei eine sinnvolle Möglichkeit, den Kunden ihren Stromverbrauch transparent und zeitnah aufzuzeigen. „Smart Metering“ sei ein Baustein von vielen sich ergänzenden Massnahmen, um das Stromverbrauchsverhalten von Konsumentinnen und Konsumenten zu ändern.