



# **Nachfrage nach Ökostrom**

**Ergebnisse einer Fokusgruppenerhebung  
in den Städten Bern, Zürich und Stuttgart**

**B. Truffer, S. Bruppacher,  
J. Behringer**

**Ökostrom Publikationen  
Band 8**

Januar 2002

ISBN 3-905484-07-2  
ISSN 1424-6996

## INHALTSVERZEICHNIS

<b>Executive Summary .....</b>	<b>III</b>
<b>1 Einleitung und Aufgabenstellung.....</b>	<b>1</b>
<b>2 Untersuchungsansatz und Stichprobe .....</b>	<b>5</b>
2.1 Methode und Untersuchungsaufbau .....	5
2.1.1 <i>Wieso Fokusgruppen?</i> .....	5
2.1.2 <i>Untersuchungsansatz der vorliegenden Studie</i> .....	6
2.1.3 <i>Sitzungsverlauf</i> .....	7
2.1.4 <i>Auswertung der Diskussionsverläufe</i> .....	8
2.2 Ergebnisse der Rekrutierung und Struktur der Stichprobe.....	9
2.2.1 <i>Rekrutierung</i> .....	9
2.2.2 <i>Soziodemographie, Zufriedenheit und Profile der Gruppen</i> .....	10
<b>3 Ergebnisse .....</b>	<b>15</b>
3.1 Liberalisierung der Elektrizitätsmärkte .....	15
3.2 Wahrnehmung und persönliche Definition von Ökostrom .....	18
3.2.1 <i>Akzeptierte Energiesysteme</i> .....	18
3.2.2 <i>Systemische Betrachtungsweisen</i> .....	24
3.2.3 <i>Produktvorstellungen</i> .....	27
3.2.4 <i>Glaubwürdigkeit von Produkten und Anbietern</i> .....	29
3.2.5 <i>Nachfrage nach Ökostrom und das soziale Dilemma</i> .....	32
3.2.6 <i>Diskussion der Ergebnisse</i> .....	37
3.3 Wasserkraft als Ökostrom .....	38
3.3.1 <i>Wahrnehmung der Wasserkraft</i> .....	38
3.3.2 <i>Anlagentyp, Alter oder Grösse als Kriterium?</i> .....	41
3.3.3 <i>Kriterien für lokale Umweltauswirkungen</i> .....	45
3.3.4 <i>Einstellungsgruppen</i> .....	47
3.3.5 <i>Gruppenprofile und Entwicklung der Einstellungen im Gesprächsverlauf</i> .....	56
3.3.6 <i>Diskussion der Ergebnisse</i> .....	64
3.4 Entwicklung eigener Produkte .....	65
3.4.1 <i>Dimensionen der Produkte im einzelnen betrachtet</i> .....	66
3.4.2 <i>Typisierung der selbst entwickelten Produkte</i> .....	70
3.4.3 <i>Diskussion der Ergebnisse</i> .....	73
<b>4 Schlussfolgerungen und Empfehlungen.....</b>	<b>75</b>
4.1 Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse.....	75
4.1.1 <i>Methodik</i> .....	75
4.1.2 <i>Liberalisierung der Elektrizitätsmärkte</i> .....	76
4.1.3 <i>Anforderungen an Ökostrom</i> .....	76
4.1.4 <i>Wasserkraft</i> .....	77
4.1.5 <i>Ökostromprodukte</i> .....	79
4.2 Folgerungen für das Ökostrommarketing und Behörden .....	79

<b>5</b>	<b>Literatur .....</b>	<b>85</b>
<b>6</b>	<b>Anhang (Materialien zu den Fokusgruppen-Meetings) .....</b>	<b>87</b>
6.1	Moderationsleitfaden .....	87
6.2	Informationsmaterialien (Fact-Sheets).....	98
6.3	Aufgabenstellung für die Entwicklung eigener Produkte:.....	103