



9. Kundenbarometer erneuerbare Energien

in Kooperation mit
Raiffeisen Schweiz und
EnergieSchweiz 2019



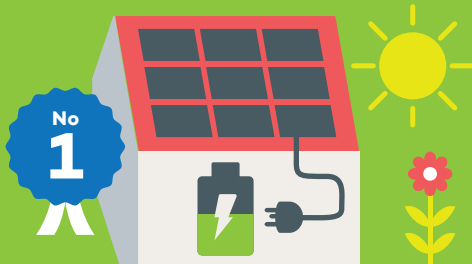
KUNDENBAROMETER ERNEUERBARE ENERGIEN 2019

KLIMASCHUTZ FÜR DIE JUNGE GENERATION



61% der Konsumenten, ob jung oder alt, sind der Meinung, dass die Schweiz als Reaktion auf die #FridaysForFuture Bewegung eine ehrgeizigere Klimapolitik verfolgen sollte.

SOLAR PLUS SPEICHER IST AUF DEM VORMARSCH



Zum ersten Mal seit 10 Jahren haben Solaranlagen mit Batteriespeicher die Wärmepumpe als beliebteste Energie-Investitionsmöglichkeit für Hauseigentümer überholt.

ZUNEHMENDE SORGE UM DEN KLIMAWANDEL



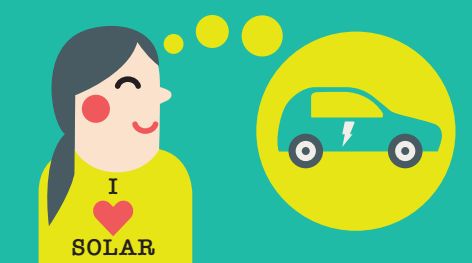
Was kommt den Menschen in den Sinn, wenn sie an Klimawandel denken? Eine der größten Sorgen – unabhängig von der politischen Orientierung – ist die Zukunft der Schweizer Gletscher.

ELEKTROAUTOS: SAUBERER UND EINFACH BESSER



Was sind für Schweizer Konsumenten die drei wichtigsten Gründe, um ein Elektroauto zu kaufen? Umweltschutz, saubere Luft in den Städten, und weil sie ihrer Meinung nach technologisch überlegen sind.

SOLARE EMOTIONEN SAGEN AUTOKÄUFE VORAUSS



Menschen, die neugierig auf Solarenergie sind, kaufen mit **2x** höherer Wahrscheinlichkeit ein Elektroauto.

HOHE ERWARTUNGEN GEGENÜBER BANKEN



59% der Schweizer Konsumenten sind der Meinung, dass Banken sich stärker bei der Finanzierung von nachhaltigen Energieprojekten engagieren sollten.

STARKE GEFÜHLE ZUM THEMA WINDENERGIE



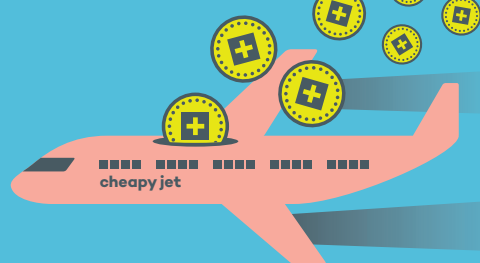
70% der Schweizer Konsumenten sind neugierig auf Windenergie, während **11%** wütend auf Windenergie sind. Männer sind mit fast doppelt so hoher Wahrscheinlichkeit wütend wie Frauen.

WISSENSLÜCKEN BEI DER IMPORTABHÄNGIGKEIT



Zum dritten Mal in Folge unterschätzen mehr als **90%** der Befragten die Energieimportabhängigkeit der Schweiz. Tatsächlich kommen drei Viertel unserer Energie aus dem Ausland.

FLIEGEN IST ZU BILLIG



63% of der Befragten sind der Meinung, dass »Fliegen zu billig ist«. Eine Mehrheit befürwortet eine CO₂-Flugticketabgabe, nur **24%** sind dagegen.

TRANSPARENZ ÜBER ENERGIEEFFIZIENZ



58% der Schweizer Konsumenten würden eine obligatorische Zertifizierung der Energieeffizienz von Gebäuden unterstützen. Nur **8%** denken derzeit, dass ein positives Rating den Wert ihrer Immobilie steigern könnte.

VERTRAUTHEIT REDUZIERT BEDENKEN



43% der Menschen, die keine Erfahrung mit Windparks haben, haben Angst vor ihnen. Unter denjenigen, die es gewohnt sind, Windparks zu sehen, sind es nur **22%**.

CAR-SHARING WIRD ELEKTRISCH



65% der potenziellen Car-Sharing-Kunden würden es vorziehen, elektrisch zu fahren.

Das seit 2011 jährlich erscheinende Kundenbarometer erneuerbare Energien ist eine der umfassendsten Untersuchungen der Präferenzen der Schweizer Bevölkerung zu Energiethemen. Es analysiert die Entwicklung der Kundenpräferenzen zu Energie- und Klimathemen und hilft, neue Trends in Bereichen wie energieeffiziente Gebäude, Elektromobilität, gesellschaftliche Akzeptanz der Windenergie, Finanzierung erneuerbarer Energien und grüne Investitionen zu erkennen. Die Studie basiert auf einer repräsentativen Stichprobe von 1'021 Befragten in der deutsch- und französischsprachigen Schweiz.



Universität St. Gallen

RAIFFEISEN



Der vollständige Bericht kann heruntergeladen werden unter:
www.iwoe.unisg.ch/kundenbarometer



Zusammenfassung

- Die Ergebnisse der 9. Ausgabe des Kundenbarometers erneuerbare Energien zeigen, dass die Schweizer Konsumenten über den **Klimawandel** besorgt sind. 55% der Befragten sind (eher) der Meinung, dass die **Klimastreiks** der Schülerbewegung #FridaysForFuture gerechtfertigt sind (N=1021). 61% sind der Meinung, dass die **Schweizer Klimapolitik** als Reaktion darauf ehrgeizigere Massnahmen ergreifen sollte. Die Unterstützung für Klimastreiks kommt von verschiedenen Altersgruppen. Am stärksten unterstützen die ältesten (>59) und jüngsten (<30) Teile der Bevölkerung das Anliegen der Schüler. Eine der meistgenannten Assoziationen mit dem Klimawandel sind «schmelzende Gletscher».
- 95% der Befragten sind der Meinung, dass die Schweiz ihre **Klimaziele** zumindest teilweise im Inland erfüllen sollte, und 62% meinen, dass der Anteil der inländischen **Emissionsreduktionen** 50% oder mehr betragen sollte¹. Ein erheblicher Anteil der Befragten (47%) zeigt Interesse an weiteren Informationen über die Folgen einer Reduktion von CO₂-Emissionen im Inland im Vergleich zum Ausland. 59% der Befragten wünschen, dass sich die Schweizer Banken stärker bei der Finanzierung von klimafreundlichen Projekten engagieren.
- Eine Möglichkeit, die Emissionen im Inland zu reduzieren, ist der Ausbau der Solar- und Windenergie in der Schweiz. Eine große Mehrheit befürwortet den weltweiten Einsatz von **Sonne** (88%) und **Wind** (70%) und unterstützt den Ausbau von Sonne (85%) und Wind (57%) auch auf nationaler Ebene. Beim Übergang von der **allgemeinen Akzeptanz** zu den Emotionen, die die beiden Energiequellen auf **lokaler Ebene** hervorrufen, wird deutlich, vor welcher Herausforderung die Schweizer Windenergieprojekte stehen. Mehr Menschen wären besorgt (42% vs. 9%) darüber, wenn Wind vs. Solarenergie in ihrer Nachbarschaft installiert wird, und weniger Menschen wären stolz darauf (28% vs. 66%). Während 70% der Befragten neugierig auf Windenergie sind, empfindet eine kleine Minderheit von 11% Wut (8% der Frauen und 13% der Männer). Diese Ergebnisse zeigen, dass über die Bereitstellung sachlicher Informationen hinaus die Auseinandersetzung mit **emotionalen Anliegen** ein wichtiges Element der gesellschaftlichen Akzeptanz ist.
- 63% der Befragten stimmen (eher) zu, dass **«Fliegen zu billig ist»**, was einem Anstieg von 6 Prozentpunkten gegenüber 2018 entspricht. Unsere Ergebnisse deuten darauf hin, dass eine Steuer von rund 20 CHF auf Kurzstreckenflügen bei einem grossen Teil der Bevölkerung Zustimmung finden könnte. 24% der Befragten sind grundsätzlich gegen eine **CO₂-Steuer** auf Flugtickets.
- 33% der Autofahrer (N=887) könnten sich (eher) vorstellen, in den nächsten zwei Jahren ein **Elektroauto** zu kaufen. Dieser Anteil steigt auf 47%, wenn man auch die Interessenten mit einbezieht, die zu einem späteren Zeitpunkt ein Elektroauto kaufen wollen. 65% der **Carsharing**-Kunden (N=330) geben an, dass sie es vorziehen würden, statt eines Autos mit Verbrennungsmotor ein Elektroauto zu mieten, wenn sie die Möglichkeit dazu hätten.
- **Positive Emotionen** zu Solarenergie sind ein starker Indikator für das Interesse an anderen **energiebezogenen Investitionen**. Zum Beispiel haben diejenigen, die neugierig auf Solarenergie sind, eine doppelt so hohe Wahrscheinlichkeit, in den nächsten zwei Jahren ein Elektroauto zu kaufen. Zum ersten Mal seit 10 Jahren haben **Solaranlagen mit Batteriespeicher** die Wärmepumpen als beliebteste Investitionsoption für Hausbesitzer überholt.
- Eine Mehrheit der Befragten (58%) würden eine **obligatorische Zertifizierung der Energieeffizienz von Gebäuden** (GEAK)² unterstützen. Nur 8% sind sich bewusst, dass eine obligatorische Zertifizierung in anderen Ländern den Wert energieeffizienter Immobilien gesteigert hat. Eine Mehrheit unterschätzt die **Importabhängigkeit** der Schweiz deutlich: Nur 4% der Befragten wissen, dass 75% des schweizerischen Energiebedarfs (Wärme, Strom und Treibstoffe) durch Importe gedeckt werden, 3 Prozentpunkte weniger als im Vorjahr.

¹ Umfasst 968 von 1021 Teilnehmenden, die sagten, die Schweiz solle zwischen 10% und 100% ihrer Klimaziele im Inland erreichen.

² Gebäudeenergieausweis der Kantone, GEAK

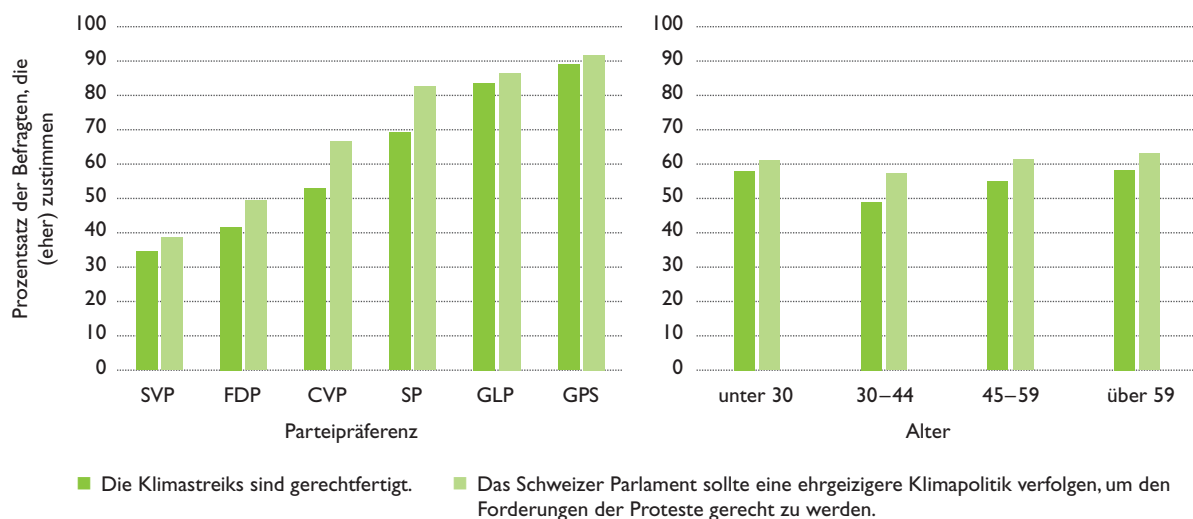
Klimastreiks und Energiepolitik

Der erste Teil des diesjährigen Kundenbarometers untersucht die öffentliche Meinung zu den **Klimastreiks**, die derzeit in der Schweiz und weltweit stattfinden. 33% der Bevölkerung stimmen zu, dass diese Streiks völlig gerechtfertigt sind, während umgekehrt 14% die Streiks für völlig ungerechtfertigt halten. Eine der wichtigsten Forderungen der Streikenden ist eine ambitioniertere Klimapolitik. Die diesjährige Umfrage zeigt, dass 34% dieser Forderung voll und ganz zustimmen und dieser Anteil unter Einbeziehung derer, die (eher) zustimmen, auf 61% steigt, was darauf hindeutet, dass eine Mehrheit der Schweizer Bevölkerung eine **aktivere Klimapolitik** unterstützt.

Es wird oft davon gesprochen, dass Jung und Alt in Klimafragen ebenso unterschiedliche Ansichten hätten wie Rechts und Links. Die Umfrage bestätigt die Unterschiede zwischen den politischen Lagern. Die Unterschiede zwischen den Altersgruppen sind dagegen subtiler: Die 30- bis 44-Jährigen zeigen eine vergleichsweise geringere Unterstützung für die Klimastreiks und eine ehrgeizigere Klimapolitik, wohingegen die Unterstützung bei den ältesten (>59) und jüngsten (<30) Befragten höher ausfällt.

Die Mehrheit der Befragten unterstützt zwar die Klimastreiks der Schüler, weist aber auch auf Widersprüche hin. 65% der Befragten stimmen (eher) der Aussage zu: «Das Verhalten der Schüler ist total widersprüchlich – sie fordern mehr Klimaschutz, aber auf Ferienflüge, Smartphones & Co. wollen sie nicht verzichten.». Wie kann Klimaschutz in einer Welt erreicht werden, in der das Konsumverhalten bisweilen widersprüchlich und inkonsistent ist? Und was ist die Rolle von Emotionen beim Übergang von der Einstellung zum Verhalten? Dies wird in den nächsten Abschnitten unserer Studie diskutiert.

«‘Klimastreiks’, ursprünglich ausgelöst von der 16-jährigen schwedischen Klimaaktivistin Greta Thunberg, finden aktuell an Schweizer Schulen statt. In jüngster Zeit waren an den Protesten auch andere Menschen, jung und alt, in Schweizer Städten beteiligt. Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?» (1021 Befragten)

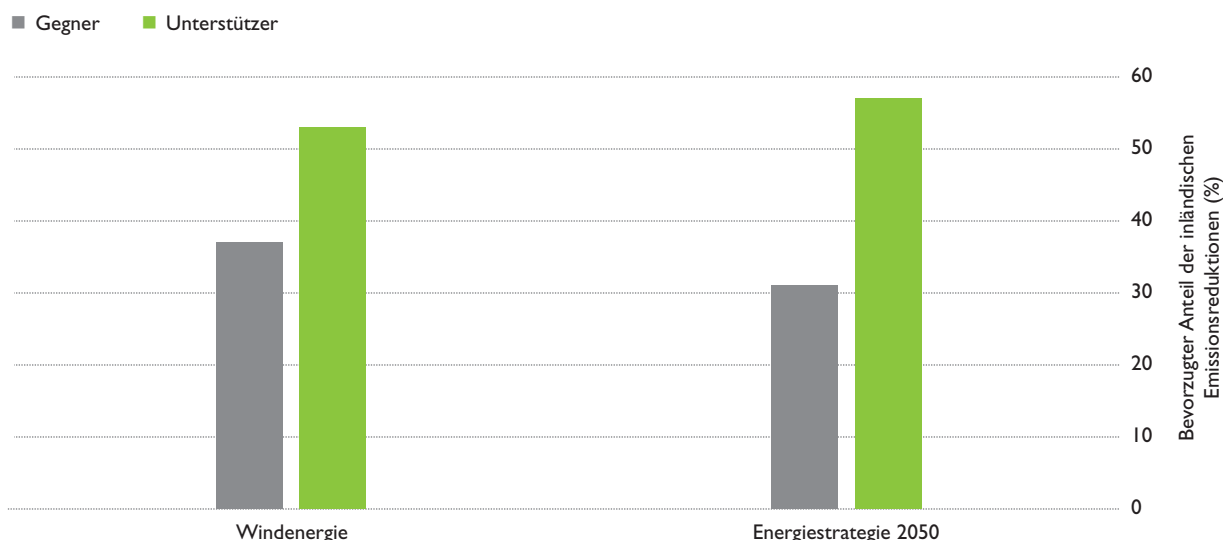


Reduzierung der CO₂-Emissionen: im In- oder Ausland?

Um dem globalen Klimawandel und seinen Auswirkungen zu begegnen, haben verschiedene Länder, darunter die Schweiz, im Jahr 2015 das **Pariser Abkommen** unterzeichnet. Es zielt darauf ab, die Treibhausgasemissionen zu reduzieren und die globale Erwärmung auf deutlich unter 2°C, wenn möglich 1,5°C, zu begrenzen. Im Rahmen dieses Abkommens hat sich die Schweiz verpflichtet, ihre CO₂-Emissionen bis 2030 um 50% (gegenüber 1990) zu reduzieren. Im Dezember 2018 lehnte der Nationalrat einen Entwurf des revidierten CO₂-Gesetzes ab, welches die Verpflichtungen aus dem Pariser Abkommen erfüllen sollte. Zwei Hauptstreitpunkte waren die Frage, welcher Anteil des **Reduktionsziels** im In- bzw. Ausland erreicht werden sollte, und die **Internalisierung der externen Kosten** des Luftverkehrs durch eine CO₂-Abgabe auf Flugtickets.

Zum ersten Thema haben wir gefragt: «Welcher Prozentsatz der gesamten CO₂-Emissionsreduktion sollte Ihrer Meinung nach im Inland (innerhalb der Schweiz) durchgeführt werden?». Die Ergebnisse zeigen eine große Bandbreite, die von 0 bis 100% reicht, vergleichbar mit den Ansichten, die in der parlamentarischen Debatte geäußert wurden. Nur etwa 5% der Befragten finden, dass die gesamten Emissionsreduktionen ausserhalb der Schweizer Grenzen erreicht werden sollten. 62% sind der Meinung, dass der Anteil der inländischen Reduktionen 50% oder mehr betragen sollte. Aufgrund der Komplexität dieses Themas wollten wir wissen, welche zusätzlichen Informationen die Befragten sich wünschen, um eine noch fundiertere Antwort auf diese Frage geben zu können. Die Antworten zeigen, dass trotz steigenden Klimabewusstseins noch Fragen offen sind. Die Konsumenten fragen sich unter anderem: «Wie hoch sind die CO₂-Emissionen eines Schweizers im Vergleich zu Bürgern anderer Länder?»; «Wie können wir die CO₂-Emissionen konkret reduzieren? Welche Tätigkeit verursacht die meisten CO₂-Emissionen?»; «Wie hoch sind die Emissionen der Bürger gegenüber denen von Unternehmen?»; «Was tun andere Länder, um ihre CO₂-Emissionen zu reduzieren?»; «Was wären die Kosten für die Reduktion der CO₂-Emissionen im In- bzw. Ausland?»; «Wie würde die Reduktion der CO₂-Emissionen in der Schweiz mein Leben beeinflussen?»³.

Die Ergebnisse zeigen auch, dass das bevorzugte Niveau der inländischen Emissionsreduktionen bei denjenigen, die bei der Volksabstimmung im Mai 2017 für die **Energiestrategie 2050** gestimmt haben, um 26 Prozentpunkte höher ist als bei den Gegnern. Ebenso würden sich Windkraftgegner einen Anteil der inländischen Emissionsminderungen wünschen, der 16 Prozentpunkte niedriger ist als die Anhänger der Windenergie. Dies deutet darauf hin, dass eine bekundete Präferenz für Emissionsreduktionen im Ausland nicht nur Überzeugungen zur wirtschaftlichen Effizienz widerspiegeln, sondern auch mit einer Präferenz für die Aufrechterhaltung des Status quo in der Schweiz korreliert.



³ Diese offene Frage erlaubt keine Repräsentativität, doch die hier dargestellten Antworten spiegeln das Spektrum der Antworten wider. Sie wurden teilweise aus dem Französischen übersetzt.

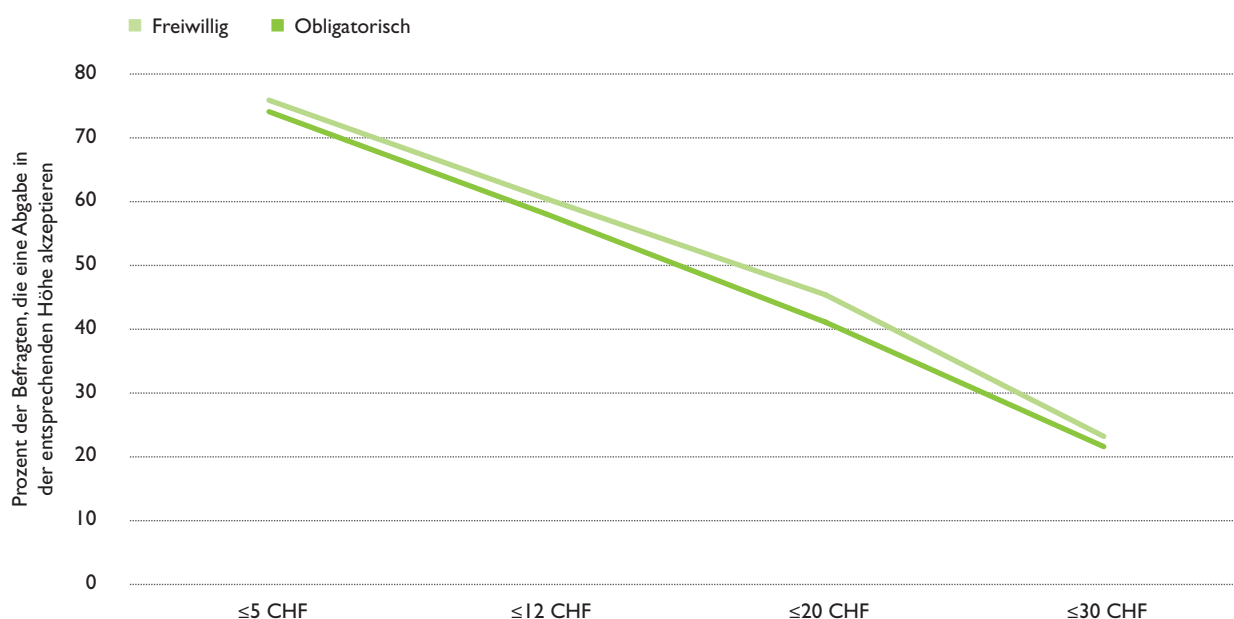
Internalisierung der externen Kosten des Flugverkehrs

Eine Möglichkeit, die CO₂-Emissionen zu senken, besteht darin, weniger zu fliegen. Ähnlich wie im letzten Jahr haben wir die Menschen nach ihrer Meinung über die Klimafolgen von Flugreisen gefragt. Die Meinungen im Vergleich zum Vorjahr spiegeln die zunehmende Sorge um die Auswirkungen des Luftverkehrs auf das Klima wider. So stimmen 63% der Befragten (eher) der Aussage «Fliegen ist zu billig» zu, das sind 6 Prozentpunkte mehr als vor einem Jahr.

Flugtreibstoffe machen bis zu 18%⁴ des gesamten **CO₂-Ausstosses**⁵ der Schweiz aus. Dies ist einer der Gründe, warum kürzlich im Rahmen der Revision des CO₂-Gesetzes über eine **Flugticketabgabe** diskutiert wurde. Bereits heute ist es möglich, seine CO₂-Emissionen freiwillig zu kompensieren. Die Höhe dieser Kompensation ist abhängig von der zurückgelegten Wegstrecke. Die Befragten wurden gebeten, den Höchstbetrag zu nennen, den sie freiwillig für Kurz- bzw. Langstreckenflüge zahlen würden. Wir stellen fest, dass 24% (N=205) zwar angaben, dass sie keine Zahlung sowohl für Kurzstrecken- als auch für Langstreckenflüge⁶ leisten würden, die übrigen Befragten aber bereit wären, eine Ausgleichszahlung zu leisten⁷. Insgesamt gibt es keine signifikanten Unterschiede zwischen der Zahlungsbereitschaft für **freiwillige** und **obligatorische** Kompensation. Da Menschen erfahrungsgemäss dazu neigen, ihre Bereitschaft für freiwilliges Umweltverhalten zu überschätzen⁸, könnte die Einführung einer obligatorischen Flugticketabgabe somit der wirksamere Weg zur Internalisierung externer Kosten sein.

Was die Demografie anbelangt⁹, so befürworten junge Menschen eine obligatorische Flugticketabgabe in höherem Ausmass. Nur 18% der unter 30-Jährigen sind gegen eine obligatorische Abgabe, während sich dieser Anteil bei den 45-59-Jährigen fast verdoppelt (32%). Die höchste Unterstützung für eine Flugsteuer kommt von jenen, die nie fliegen (N=171). Nur 17% der Nichtflieger wären gegen eine obligatorische Abgabe. Je öfter Menschen fliegen, desto geringer ist die Wahrscheinlichkeit, dass sie eine Flugticketabgabe unterstützen. Von denjenigen, die sich gegen eine obligatorische Abgabe aussprechen, wissen nur 17%, dass die 2008 eingeführte CO₂-Abgabe zur Reduktion fossiler Brennstoffe an die Bevölkerung zurückverteilt wird.

«Bitte wählen Sie den Höchstbetrag, den Sie für Kurzstreckenflüge (innerhalb Europas, Hin- und Rückflug) zahlen würden» (850 Teilnehmer⁷).



⁴ https://www.swissinfo.ch/fre/sci-tech/conférence-climatique-de-bonn_-il-est-choquant-que-les-déplacements-en-avion-ne-soient-pastaxés-/43667216

⁵ Der genaue Wert weicht je nach Methodik von Studie zu Studie leicht ab, siehe zum Beispiel: <https://www.wwf.ch/fr/nos-objectifs/trafic-aerien;> https://www.iet.hsr.ch/fileadmin/user_upload/iet.hsr.ch/Power-to-Gas/Kurzberichte/04_CO2Fluesse_Schweiz.pdf

⁶ Innerhalb respektive ausserhalb Europas

⁷ N=850 (nur Flugreisende)

⁸ Tatsächlich haben Schweizer Reisende 2018 nur für weniger als 1% ihrer Flüge die Emissionen freiwillig kompensiert. <https://www.nau.ch/news/schweiz/klimastreikstart-kompensation-von-flugen-65489966>

⁹ Während wir für den Vergleich zwischen freiwilligen und obligatorischen Abgaben nur die Antworten von Flugreisenden (N=850) berücksichtigt haben, wurden für die demographische Analyse der Präferenzen für eine obligatorische Abgabe alle Antworten herangezogen (N=1021).

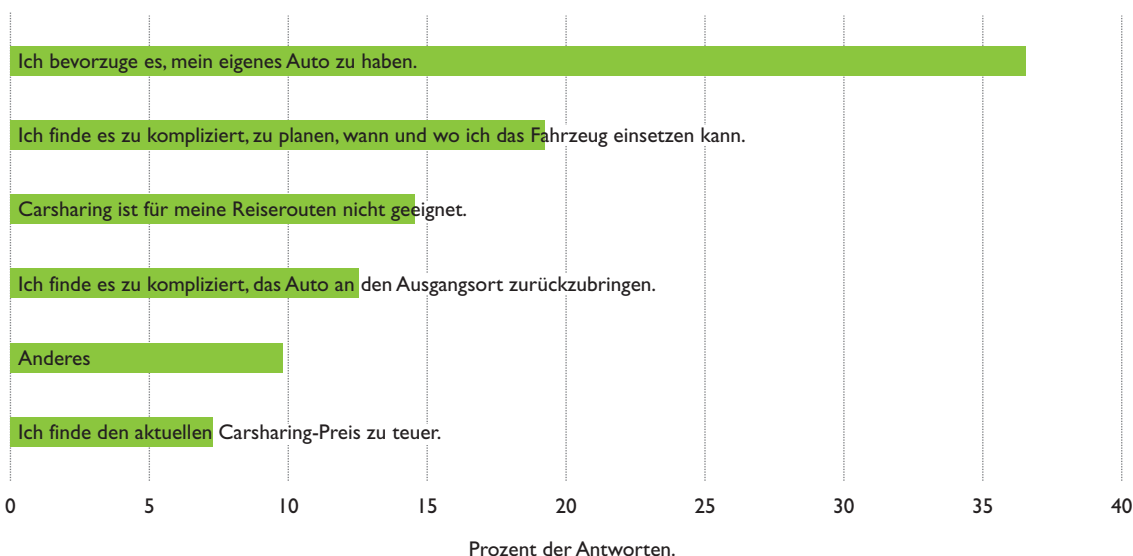
Klimaschutz im Verkehr: Elektromobilität und Carsharing

Rund ein Drittel der Schweizer Kohlendioxidemissionen stammt aus dem **Verkehrssektor**. Ein wichtiger Weg zur Senkung der CO₂-Emissionen ist daher die Umstellung auf **Elektromobilität**. Wir haben die Autofahrenden (N=881) gefragt, ob sie sich vorstellen können, innerhalb der nächsten zwei Jahre ein Elektroauto zu kaufen oder zu leasen. 6% geben an, dass sie sich das sicher vorstellen können (N=49). Dieser Anteil steigt auf 33%, wenn man diejenigen mit einbezieht, die sich das eher vorstellen können (N=287). Das sind 8 Prozentpunkte mehr als 2016. Dabei gibt es ein ausgeglichenes Verhältnis zwischen Männern (51%) und Frauen (49%). Betrachtet man jedoch nur den Anteil derjenigen, die sich sicher vorstellen würden, ein Elektroauto zu kaufen, so scheinen Männer (67%) entschlossener zu sein als Frauen (33%). Von denjenigen, die sich nicht vorstellen können, in den nächsten zwei Jahren ein Elektroauto zu kaufen (N=581), können sich 10% vorstellen, in den nächsten 3 bis 5 Jahren eines zu kaufen, weitere 39% in mehr als 5 Jahren. 29% sind nie daran interessiert, eines zu kaufen.

Unter den Elektroauto-Interessenten und -Besitzern (N=552), ist das wichtigste Kaufmotiv¹⁰ die Umweltfreundlichkeit des Autos (24%), gefolgt von der Verbesserung der Luftqualität (21%). Für 17% liegt der Kaufgrund darin, dass Elektroautos eine fortschrittliche Technologie sind. Die wichtigsten Gründe¹⁰, derjenigen die nie ein Elektroauto kaufen würden (N=151), sind, dass sie nicht glauben, dass Elektroautos sauberer sind als Autos mit Verbrennungsmotor¹¹ (18%), dass sie Elektroautos für zu teuer halten (15%) und dass sie nicht glauben, dass die Schweiz genügend Strom haben wird, wenn alle Kunden Elektroautos kaufen (14%).

Elektroautos können dazu beitragen, den CO₂-Ausstoß zu senken, aber das gleiche Ziel kann unterstützt werden, wenn weniger Fahrzeuge auf der Straße sind. Die Ergebnisse zeigen, dass 30% der Autofahrer (eher) an der Nutzung eines **Carsharing-Dienstes** interessiert wären. Wir haben potenzielle und aktuelle Carsharing-Kunden (N=330) gefragt, ob sie bei der Nutzung des Dienstes ein Elektroauto oder eines mit Verbrennungsmotor bevorzugen würden. 34% würden sicher ein Elektroauto gegenüber einem herkömmlichen Fahrzeug wählen, wenn es verfügbar ist, und dieser Prozentsatz steigt auf 65%, wenn wir diejenigen einbeziehen, die (eher) ein Elektroauto wählen würden. Die beiden Hauptgründe¹², die gegen die Nutzung eines Carsharing-Dienstes sprechen, waren die Präferenz für das eigene Auto (36%) und die komplizierte Planung, wann und wo das Fahrzeug genutzt werden sollte (19%). Die Kosten schienen nicht prohibitiv zu sein, da sie mit 7% das am wenigsten wichtige Gegenargument sind.

«Sie haben erwähnt, dass Sie derzeit keinen Carsharing-Dienst benutzen oder nutzen wollen. Aus welchen Gründen sind Sie nicht interessiert?» (551 Befragten)



¹⁰ Bei dieser Frage wurden den Teilnehmenden 11 Antwortoptionen zur Auswahl gestellt.

¹¹ Gemäss zahlreicher Studien haben Elektroautos unter einem weiten Spektrum von Annahmen über ihren Lebenszyklus deutlich tiefere Emissionen als fossil betriebene Fahrzeuge (z.B. www.carboncounter.com).

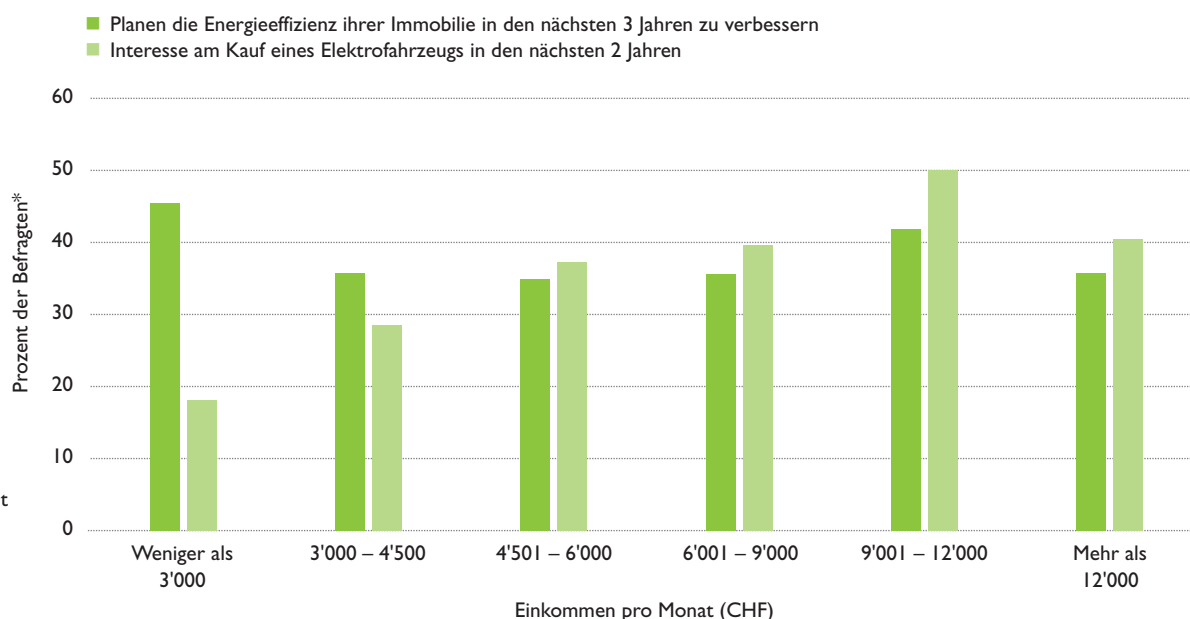
¹² Bei dieser Frage wurden den Teilnehmenden sechs Antwortoptionen zur Auswahl gestellt.

Energie-Effizienz in Gebäuden

Die ursprünglich auf freiwilliger Basis eingeführte **Energieeffizienz-Zertifizierung von Gebäuden** (GEAK)¹³ ist in einigen Kantonen sowie in anderen europäischen Ländern obligatorisch geworden. Das Label zeigt den Energiebedarf eines Gebäudes für Heizung, Warmwasser, Beleuchtung und sonstigen Stromverbrauch. Ähnlich wie im Vorjahr befürworten 58% der Befragten (N=1021) die Einführung des GEAK. Dieser Anteil war in den letzten Jahren bemerkenswert stabil (59% im Jahr 2017 und 57% im Jahr 2018). Auch der Anteil derjenigen, die keine Meinung haben (26%), ist konstant geblieben, was die Tatsache widerspiegelt, dass die Bekanntheit des GEAK stagniert. Die beiden Hauptgründe¹⁴, die für eine GEAK-Zertifizierung sprechen, sind Informationen über den Energieverbrauch des Gebäudes (32%) und die Betriebskosten (z.B. Einsparungen durch reduzierten Energieverbrauch, 31%). Eine potenzielle Wertsteigerung ihrer Liegenschaft, die sich als Treiber für die Einführung von Energieeffizienz-Labels in anderen Ländern¹⁵ erwiesen hat, wird von den Schweizer Hausbesitzern noch nicht allgemein anerkannt (8%). Tatsächlich ist es der geringste von fünf möglichen Gründen für die Prüfung einer Energiezertifizierung.

Neubauten haben tendenziell höhere Energieeffizienzstandards, was zu einem geringeren **Energieverbrauch** und damit zu niedrigeren Kosten führt. Wir haben die Befragten nach den Faktoren gefragt, die sie bei Kauf oder Miete eines Hauses oder einer Wohnung berücksichtigen. Zwar ist der Standort (94%) am wichtigsten, aber auch die Heizkosten (87%) und die Energieeffizienz des Gebäudes (67%) stehen weit oben auf der Prioritätenliste. Dieses Interesse an Energieeffizienz zeigt sich auch darin, dass 37%¹⁶ der Haus- oder Wohnungseigentümer (N=467) angeben, dass sie planen, die Energieeffizienz ihrer Liegenschaft in den nächsten drei Jahren zu verbessern¹⁷.

In Bezug auf die Demografie¹⁸ stellen wir fest, dass «grüne» Investitionen nicht immer eine Frage des Einkommens sind. Während man erwarten könnte, dass Besserverdienende stärker an Investitionen in Energieeffizienz interessiert sind, beobachten wir, dass Hausbesitzer in der untersten Einkommensklasse dies eher tun wollen, möglicherweise um in Zukunft Geld bei den Energiekosten zu sparen. Bei Elektroautos hingegen folgt das Verhältnis von Einkommen und Investitionsbereitschaft einer umgekehrten U-Form, wobei das höchste Interesse derzeit von der oberen Mittelschicht kommt.



*Diese Abbildung schliesst Befragte aus, die ihr Einkommen nicht angeben wollten.

¹³ GEAK (Gebäudeenergieausweis der Kantone)

¹⁴ Für diese Frage wurden den Teilnehmern insgesamt 5 Antwortmöglichkeiten angeboten und sie wurden gebeten, die beiden wichtigsten auszuwählen.

¹⁵ <https://doi.org/10.1016/j.eneco.2013.07.020>

¹⁶ Enthält die Teile "zustimmen" und "eher zustimmen" zur Frage: "Wollen Sie die Energieeffizienz Ihres Hauses/Wohnung in den nächsten 3 Jahren verbessern?"

¹⁷ 27% von ihnen haben bereits die Beratungsangebote des Bundes im Bereich Energieeffizienz (EnergieSchweiz) genutzt.

¹⁸ Da sich der Vergleich auf Elektroautos und Energieeffizienz-Investitionen bezieht, haben wir hier nur Autofahrer und Immobilienbesitzer einbezogen (N=403).

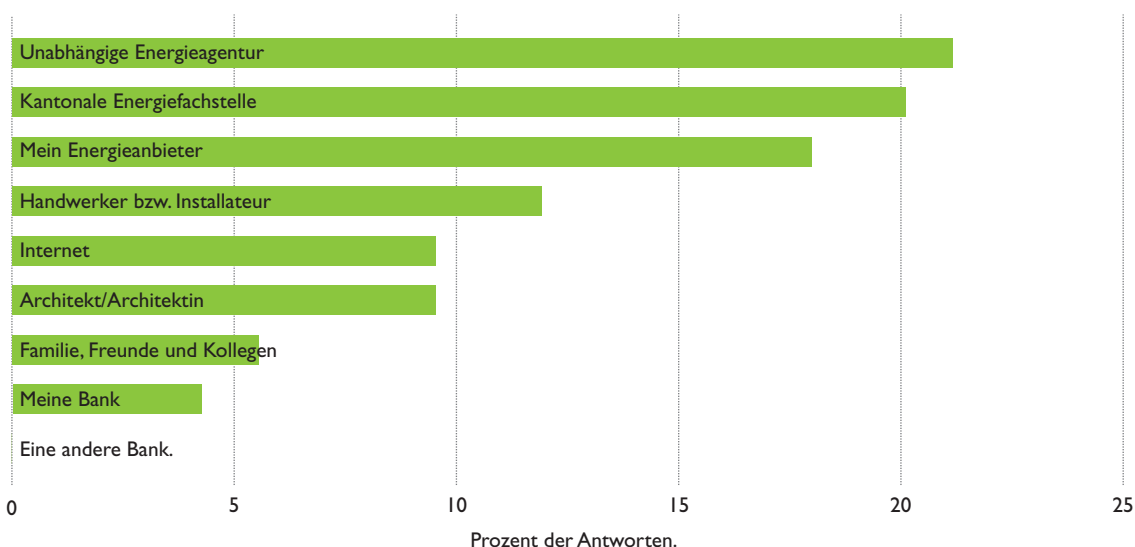
Präferenzen für Energieinvestitionen in Gebäuden

Wenn Hausbesitzer Entscheidungen über **energiebezogene Investitionen** treffen, konkurrieren diese mit anderen Investitionen in ihrem Haus, wie z.B. einer neuen Küche oder der Renovation des Badezimmers. Wir stellten den Befragten eine Reihe von Investitionsmöglichkeiten zu Auswahl. Die beliebteste Option war die Installation einer **Solaranlage mit Batteriespeicher** (24%). Damit lassen Solar-Batteriesysteme erstmals die Wärmepumpe als bevorzugte Investition hinter sich. An zweiter Stelle steht die Dachrenovation (14%), gefolgt von Wärmepumpen (11%). Im vergangenen Jahr haben wir festgestellt, dass einer der Hauptgründe für Hausbesitzer, eine Solaranlage mit Batteriespeicher zu installieren, der Wunsch nach mehr Unabhängigkeit war. Obwohl sich viele der Befragten nach Unabhängigkeit auf individueller Ebene sehnen, ist ihnen immer noch weitgehend unbekannt, wie sehr die Schweiz von Energieimporten abhängig ist. Nur 4% wissen, dass 75% des Schweizer Energieverbrauchs durch Importe gedeckt werden¹⁹. Das Bewusstsein für die Importabhängigkeit ist sogar um 3 Prozentpunkte tiefer als im Vorjahr.

Bei der Frage nach bevorzugten Heizsystemen sind **Wärmepumpen** (53%) nach wie vor die beliebteste Technologie, gefolgt von der Solarthermie (21%). Die am wenigsten bevorzugten Arten von Heizlösungen sind Gas (8%) und Öl (3%). Die Verbesserung der Energieeffizienz eines Hauses oder Investitionen in erneuerbare Energietechnologien erfordern finanzielle Mittel. So haben wir Hausbesitzer, die an einer **Verbesserung der Energieeffizienz** (N=172) interessiert sind, gefragt, ab welcher Investitionshöhe sie dafür einen Kredit aufnehmen müssten. Während 46% angaben, dass sie kein Darlehen benötigen würden und 30% es nicht wussten, geben diejenigen, die ein Darlehen aufnehmen würden, einen durchschnittlichen Betrag von CHF 20'018 an.

Verschiedene Akteure prüfen die Möglichkeit, neue Produkte und Dienstleistungen im Zusammenhang mit energiebezogenen Investitionen anzubieten. Wir haben diejenigen, die an einer Verbesserung der Energieeffizienz ihres Gebäudes interessiert sind, gefragt, an wen sie sich wenden würden, um Informationen zu erhalten. Die klare Präferenz der Befragten ist eine unabhängige Energieagentur (21%) sowie die kantonale Energiefachstelle (20%).

«Von wem würden Sie sich beraten lassen, um Informationen über energetische Sanierungen zu erhalten?» (172 Befragte²⁰)



¹⁹ Wenn man alle Bereiche des Energieverbrauchs berücksichtigt (Gebäude, Verkehr, Strom)

²⁰ Haus- oder Wohnungseigentümer, die die Energieeffizienz ihrer Immobilie in den nächsten drei Jahren verbessern wollen

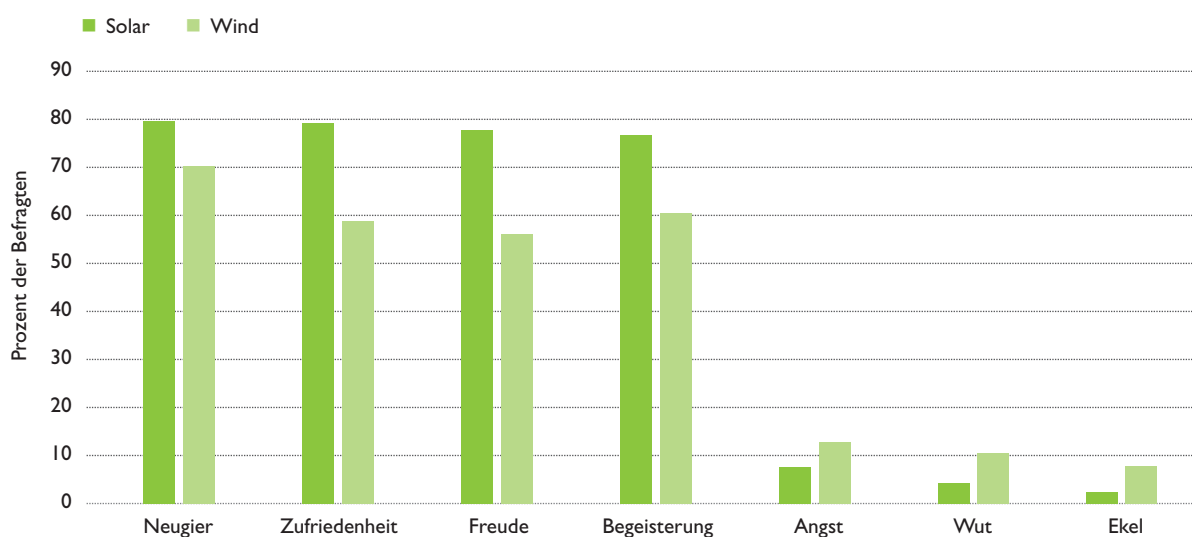
Soziale Akzeptanz erneuerbarer Energien

Das Kundenbarometer hat wiederholt eine positive Einstellung der Schweizer Bevölkerung gegenüber erneuerbaren Energien gezeigt. Gleichzeitig ist die Umsetzung von **Windenergieprojekten** einer der Bereiche, in denen die Umsetzung der Schweizer Energiestrategie 2050 nur langsam vorankommt. Fast jedes Windprojekt in der Schweiz ist mit Einsprachen und oft auch mit Rechtsstreitigkeiten konfrontiert. Unsere Umfrageergebnisse zeigen, inwiefern die Windenergie stärker mit Akzeptanzproblemen konfrontiert ist als die Solarenergie. Sie erlauben es auch, die emotionalen Aspekte zu analysieren.

Eine große Mehrheit befürwortet den weltweiten Einsatz von Sonne (88%) und Wind (70%) und unterstützt den Ausbau von Sonne (85%) und Wind (57%) auch auf nationaler Ebene. Beim Übergang von der allgemeinen Akzeptanz zu den **Emotionen**, die die beiden Energiequellen auf lokaler Ebene hervorrufen, wird die Herausforderung, vor der die Schweizer Windenergieprojekte stehen, deutlicher. Mehr Menschen wären besorgt (42% vs. 9%) darüber, wenn Wind vs. Solarenergie in ihrer Nachbarschaft installiert würde, und weniger Menschen wären stolz darauf (28% vs. 66%). Während 70% der Befragten neugierig auf die Windenergie sind, ist eine kleine Minderheit von 11% wütend darüber (8% der Frauen und 13% der Männer).

Ein Faktor, der die soziale Akzeptanz beeinflusst, ist persönliche **Erfahrung** mit den jeweiligen Technologien. Während nur 22% derjenigen, die angaben, dass ihnen der Anblick von Windturbinen in ihrer unmittelbaren Nachbarschaft vertraut ist (N=194²¹), sagen, dass sie (eher) besorgt wären, wenn eine Windturbine in der Nähe ihres Hauses (5 km) gebaut würde, steigt dieser Anteil auf 43% für diejenigen, die angaben, dass sie eher nicht vertraut mit dem Anblick von Windturbinen sind (N=807²¹). Bereits im Vorjahr zeigte sich, dass die lokale Akzeptanz der Windenergie mit persönlicher Erfahrung zunimmt. Unter denjenigen, die (eher) neugierig (N=718) auf die Windenergie sind, wären 49% (eher) nicht besorgt, wenn ein Windpark in der Nähe ihres Hauses gebaut würde, während dies nur für 20% derjenigen gilt, die nicht neugierig auf diese Technologie sind. Diese Ergebnisse zeigen, dass neben der Bereitstellung **sachlicher Informationen** auch die Auseinandersetzung mit **emotionalen Anliegen** ein wichtiges Element der gesellschaftlichen Akzeptanz ist.

«Bitte geben Sie an, inwiefern Sie die folgenden Gefühle beim Nachdenken über Solar-/Windenergie empfinden:» (1021 Befragte)



²¹ Dieses Ergebnis schliesst diejenigen aus, die angaben, nicht zu wissen, ob es in ihrer unmittelbaren Umgebung einen Windpark gibt und/oder ob sie besorgt wären, wenn ein Windpark gebaut würde.

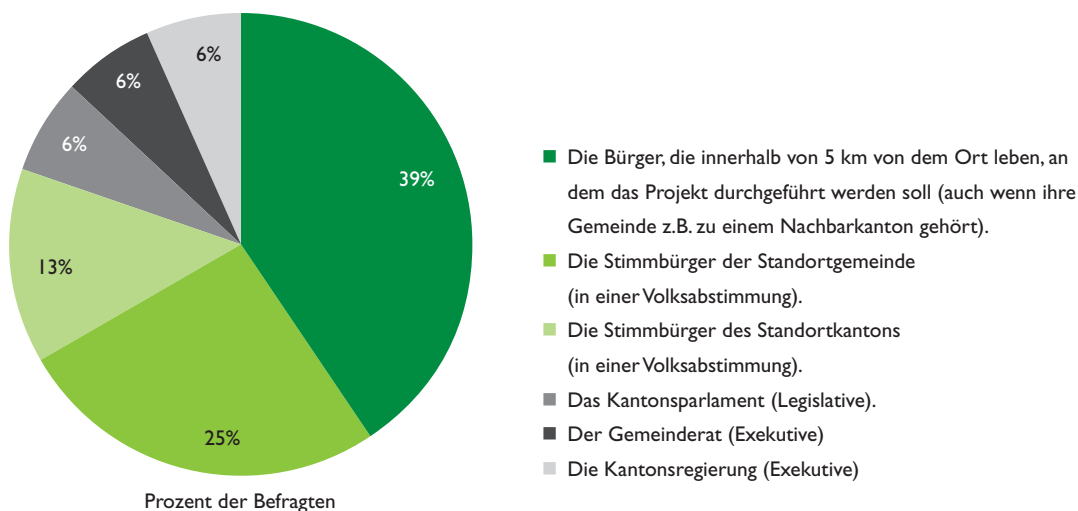
Entscheidungen über Windparks: Wer soll das letzte Wort haben?

Im Gegensatz zum weltweiten Wachstum der Windenergie wurde in der Schweiz im vergangenen Jahr keine einzige neue Windkraftanlage gebaut. Bei vielen geplanten Projekten kommt es zu grossen Verzögerungen. Widerstand gibt es nicht nur von Anwohnern und Nicht-Regierungsorganisationen, sondern teilweise auch von kantonalen und lokalen Behörden. Daraus hat sich eine Debatte entwickelt, mit welchen **Governance-Prozessen** man die Lücke zwischen den Zielen auf Bundesebene und der Umsetzung vor Ort schliessen kann. Angesichts der langen Tradition der **direkten Demokratie** in der Schweiz ist eine der Fragen, ob Entscheidungen über Windenergieprojekte von den **politischen Instanzen** oder direkt von der **betroffenen Bevölkerung** in einem Referendum getroffen werden sollen. In der Praxis bestehen geteilte Verantwortlichkeiten zwischen Bund, Kantonen und Gemeinden, was zu einer Vielfalt von Ansätzen in den verschiedenen Regionen und zu Unklarheiten für Projektentwickler führt. Wir haben die Teilnehmenden gefragt, wer ihrer Meinung nach das letzte Wort bei der Realisierung von Windparks haben sollte.

Unter den sechs angebotenen Optionen erfreuten sich direktdemokratische Abstimmungen grösserer Beliebtheit als Entscheidungen von Regierung oder Parlament. Die bevorzugte Option war es, den Anwohnern, die in der Nähe (im Umkreis von 5 km) des Windparks wohnen, das letzte Wort zu geben (39%), gefolgt von einem Referendum auf Gemeinde- (25%) oder kantonaler Ebene (13%). Von den drei bevorzugten Optionen sind nur die beiden letztgenannten nach geltendem Recht möglich, da Menschen im Umkreis von 5 km eines Projektes in verschiedenen Gemeinden oder sogar Kantonen wohnen können. Die hier genannten Präferenzen lassen sich also derzeit nicht 1:1 in die Tat umsetzen, sie spiegeln jedoch eine allgemeine Vorliebe für das Prinzip wider, Entscheidungen von denjenigen treffen zu lassen, die Kosten und Nutzen eines Projekts tragen. Eine Entscheidung durch den Gemeinderat, das Kantonsparlament oder die Kantonsregierung wurde von je 6% der Befragten bevorzugt.

In Bezug auf die Demografie sprechen sich vor allem die Anhänger der Schweizerischen Volkspartei (SVP) und der Grünliberalen Partei (GLP) dafür aus, die Bürger vor Ort entscheiden zu lassen (49% bzw. 38%) - dies möglicherweise aus unterschiedlichen Gründen, da die Parteien unterschiedliche Ansichten zur Windenergie haben. Unter denjenigen, die Windturbinen in ihrer unmittelbaren Umgebung sehen (N=194), würden sich 32% wünschen, dass die Bürger vor Ort das letzte Wort haben.

«Wer sollte Ihrer Meinung nach das letzte Wort haben, ob ein Windpark gebaut werden soll oder nicht?» (1021 Befragte²²)



²² 5% hatten keine Meinung

Positive Emotionen und klimafreundliches Verhalten

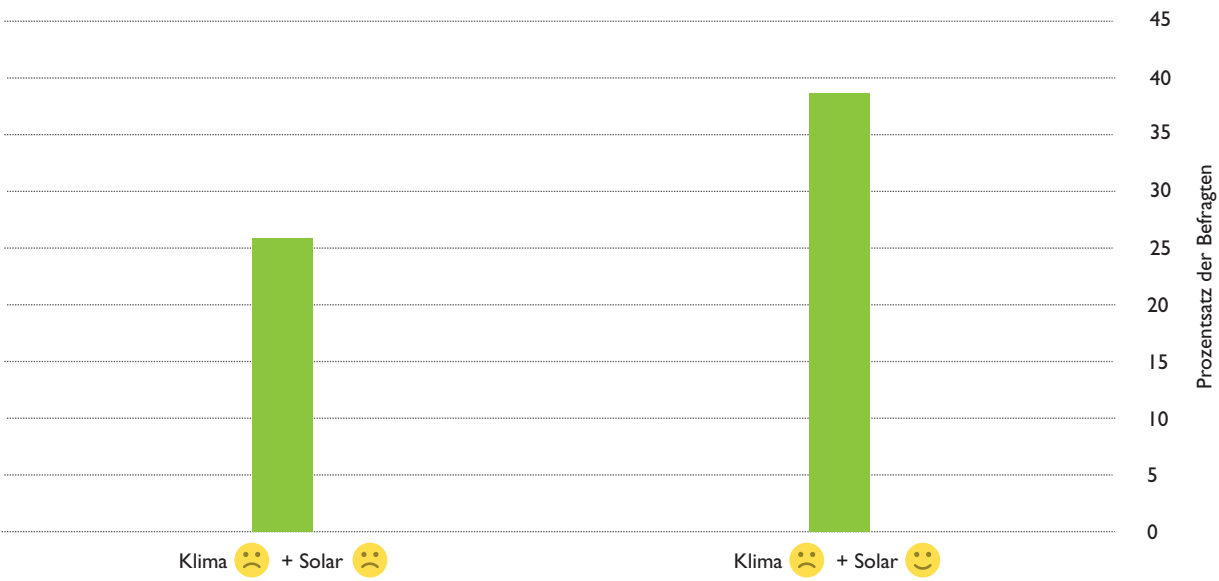
Während der Klimawandel oft negative Emotionen auslöst, geht es bei der Energiewende nicht nur um Trübsal. Ein Energieträger, der eine starke Quelle positiver Gefühle sein kann, ist die Sonnenenergie. Welche Rolle spielen solche positiven Emotionen bei der Akzeptanz nachhaltiger Lösungen? Und wie verhalten sich Angst vor dem Klimawandel und positive Gefühle gegenüber nachhaltigen Energielösungen, wenn es um klimafreundliches Verhalten geht?

Die Daten zeigen, dass Autofahrer, die neugierig auf Solarenergie sind (N=653), eine annähernd doppelt so hohe Wahrscheinlichkeit aufweisen, in den nächsten zwei Jahren ein Elektroauto zu kaufen (40% vs. 21%). Diejenigen, die positive Gefühle für die Solarenergie empfinden, sprechen sich in überdurchschnittlichem Ausmass für CO₂-Emissionsreduktionen im Inland aus. Unter denjenigen, die von der Solarenergie begeistert sind (N=784), liegt der bevorzugte Anteil der inländischen CO₂-Reduktion bei 52%, im Vergleich zu lediglich 36% bei denjenigen, die nicht von der Solarenergie begeistert sind (N=237). Zudem gibt es bei Emotionen Unterschiede zwischen den Geschlechtern. Während 13% der Männer über Windenergie wütend sind, sinkt dieser Prozentsatz bei Frauen auf 8%. Unter denjenigen, die negative Gefühle bezüglich Klimawandel empfinden, aber gleichzeitig positive Gefühle für die Solarenergie haben (N=550), ist die Wahrscheinlichkeit, in den nächsten zwei Jahren ein Elektroauto zu kaufen, deutlich höher als unter denjenigen, bei denen sowohl Klimawandel als auch Solarenergie negative Gefühle auslösen (N=88) (39% gegenüber 26%).

Diese Ergebnisse zeigen zunächst, dass **positive Emotionen** über Solarenergie zu einer **höheren Akzeptanz nachhaltiger Technologien** führen können, was **Marktchancen** für klimafreundliche Produktkombinationen wie Solar-Batteriesysteme oder Elektroautos mit Solar-Carports eröffnet. Sie zeigen auch, dass Menschen, die Sorge um den Klimawandel mit positiven Emotionen bezüglich Sonnenenergie verbinden, sich eher für Klimaschutz engagieren als jene, die negative Gefühle sowohl für das Problem (Klimawandel) als auch für die Lösung (Solarstrom) empfinden.

Kombinierter Einfluss von Klima- und Solar-Emotionen auf Kauf von Elektroautos

■ Interesse am Kauf eines Elektroautos in den nächsten zwei Jahren



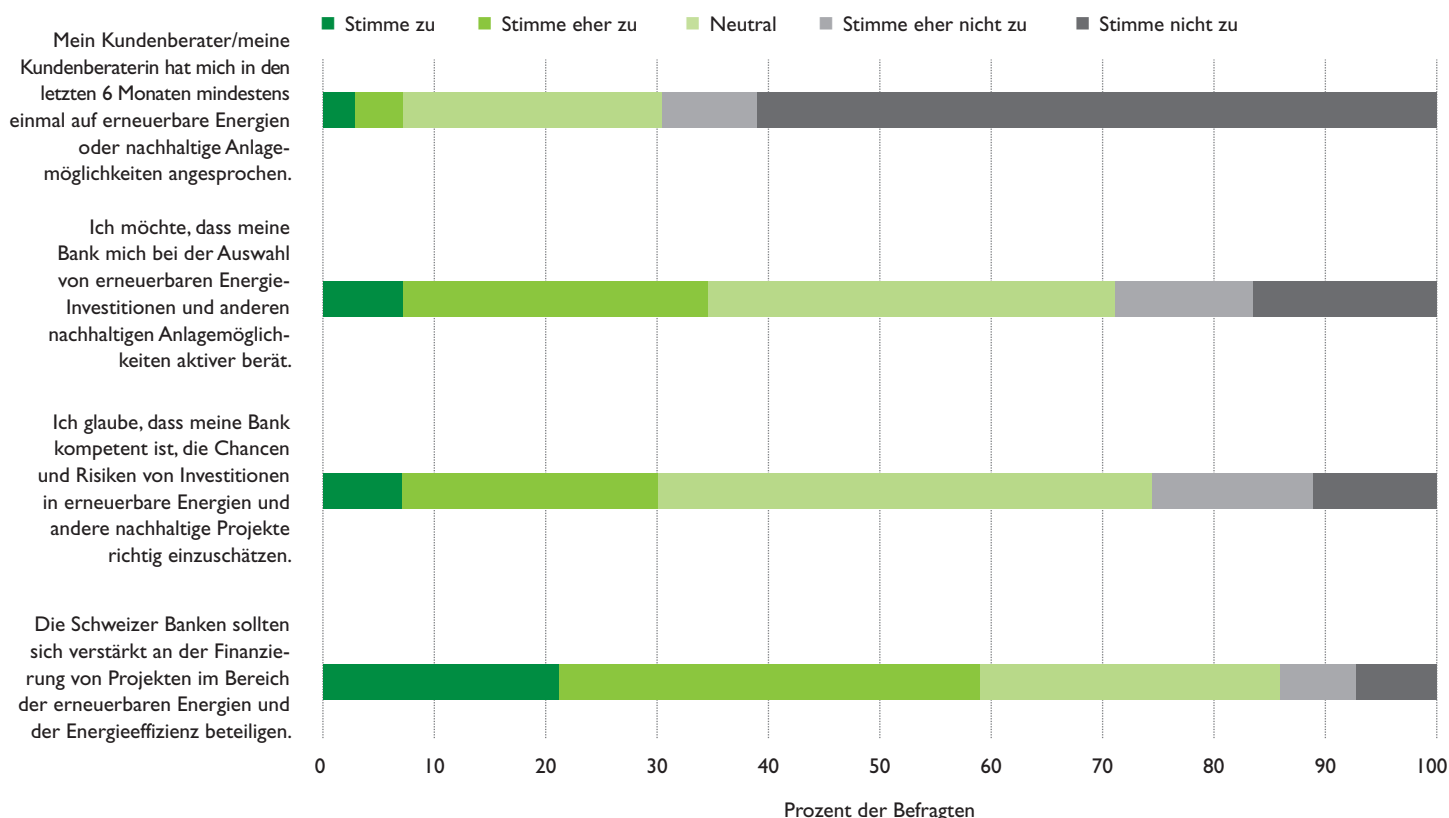
Die Rolle der Banken im Klimaschutz

Banken können durch ihre **Investitionsentscheidungen** und das Angebot **neuer Produkte und Dienstleistungen** eine wichtige Rolle beim Übergang zu einer nachhaltigen Energiezukunft spielen. Das diesjährige Kundenbarometer zeigt, dass die Verbraucher von Banken eine aktive Rolle beim Klimaschutz erwarten.

Wir haben die Teilnehmer zunächst gefragt, ob ihr Finanzberater ihnen gegenüber mindestens einmal in den letzten sechs Monaten die Möglichkeit erwähnt hat, in erneuerbare Energien zu investieren. Wir stellen fest, dass dies nur bei 7% der Befragten der Fall ist²⁷, was auf ein ungenutztes Potenzial für klimafreundliche Produkte und Dienstleistungen hinweist. 35% der Befragten geben an, dass sie von ihren Banken eine aktivere Beratung in Bezug auf Anlagemöglichkeiten im Bereich erneuerbare Energien und andere nachhaltige Investments wünschen.

Die Erwartungen der Konsumenten beschränken sich jedoch nicht nur auf die klassische Finanzierungs- und Beratungsfunktion der Banken. 59% aller Befragten geben an, dass sie sich wünschen, dass sich die Schweizer Banken stärker an der Unterstützung von Projekten im Bereich erneuerbare Energien und Energieeffizienz beteiligen.

«Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen über die Rolle des Finanzsektors im Zusammenhang mit erneuerbaren Energietechnologien und Energieeffizienz zu?» (1021 Befragten)



²⁷ Umfasst diejenigen, die zustimmen oder eher zustimmen

Danksagungen

Unser besonderer Dank gilt Tanja Rädler, Pius Schärli, Daniel Jakobi, Nina Hohl und Sandra Bürkle von Raiffeisen Schweiz sowie Raphael Zürcher und Linda Schweizer von EnergieSchweiz für die produktive und angenehme Zusammenarbeit bei der Konzeption der Studie. Wir danken auch Michael Schrackmann, Céline Wagner, Ellen Stockmar und Mareike Walter für ihre professionelle Unterstützung bei der Erstellung dieser Publikation.

Daten und Methodik

Die Studie basiert auf einer repräsentativen Umfrage unter 1'021 Schweizerinnen und Schweizern im Alter von 15 bis 74 Jahren in der deutsch- und französischsprachigen Schweiz. Die Daten wurden im März und April 2019 über das B2C online Panel der Intervista AG²⁸ erhoben. Die Stichprobe der Befragten ist repräsentativ in Bezug auf Geschlecht (51% Frauen) und Ausbildung: 32% der Befragten besitzen einen höheren Bildungsabschluss (Tertiärstufe). Geographisch repräsentiert die Stichprobe die Verteilung der Bevölkerung in der deutsch- und französischsprachigen Schweiz. 25% der Befragten wohnen in der Westschweiz, 24% in den Alpen und Voralpen, 22% im westlichen Mittelland und 29% im östlichen Mittelland. Seit 2017 ist die Stichprobe des Kundenbarometers auch repräsentativ im Hinblick auf die politische Orientierung, gemessen an den Parteistärken bei den Nationalratswahlen 2015. 29% der Befragten sind Hauseigentümer, 13% Wohnungseigentümer und 58% Mieter.

²⁸ <https://www.intervista.ch/panel/>

Von Einstellungen zu Verhalten: Hinweise zur Interpretation der Daten

Das 9. Kundenbarometer zeigt – ähnlich wie in den Vorjahren – positive Einstellungen der Konsumentinnen und Konsumenten in Bezug auf erneuerbare Energien. Entscheidungsträger, die die Studienergebnisse als Ausgangspunkt für ihre Strategieentwicklung nehmen, sollten sich folgender Punkte bewusst sein.

Das **Konsumentenverhalten konkretisiert sich in bestimmten Situationen**, in denen neben grundsätzlichen Einstellungen auch weitere Faktoren eine Rolle spielen.

- **Status Quo Effekt:** Die Überwindung des Status Quo ist für den Konsumenten mit zeitlichem und emotionalem Aufwand verbunden. Dies führt beispielsweise im Strommarkt dazu, dass nur etwa 10% der Kunden vom angebotenen Standardprodukt abweichen (*Litvine & Wiüstenhagen 2011, Kaenzig et al. 2013, Chassot et al. 2017*).
- **Fehlendes Angebot:** In einem neuen Markt (z.B. Elektromobilität) gibt es oft erst wenige Anbieter. Das kann dazu führen, dass bestehende Produkte nicht den Vorstellungen der Konsumenten hinsichtlich Ästhetik, Preis oder anderer Eigenschaften entsprechen.
- **Peer Effekte:** Individuelle Entscheidungen werden durch das soziale Umfeld beeinflusst. Die Meinung von relevanten Bezugsgruppen kann z.B. das Abstimmungsverhalten beeinflussen (*Rinscheid & Wiüstenhagen 2016*). Umgekehrt kann die Wahrscheinlichkeit des Kaufs einer Solaranlage durch Nachbarschaftseffekte gesteigert werden (*Bollinger & Gillingham 2012, Dharshing 2017*).
- **Interessenbasierte Kommunikation:** Auf Märkten und im politischen Prozess findet ein Wettbewerb zwischen verschiedenen Kommunikationsstrategien statt. Etablierten Akteuren kann es gelingen, Präferenzen für Wandel durch «Schwachstellenkommunikation» (*Longchamp 2008*) zugunsten des Status Quo zu verändern.
- **Emotionale Einflüsse:** Das Entscheidungsverhalten ist ein komplexes Zusammenspiel rationaler und emotionaler Faktoren (*Kahneman 2011, Brosch et al. 2014, Rinscheid & Wiüstenhagen 2018*). Erfolgreiche Energie-Kommunikation muss auch die Gefühlsebene ansprechen.

Zu beachten ist zudem, dass Befragungen immer nur einen Teil der Bevölkerung erfassen können. Hinsichtlich Repräsentativität der Stichprobe entspricht das Kundenbarometer höchsten Standards im Hinblick auf die Gesamtbevölkerung. Unterschiede können sich aber auch hier ergeben, wenn eine beobachtete Stichprobe nicht der Gesamtbevölkerung entspricht (z.B. wenn nur knapp die Hälfte der Stimmberechtigten an einer Volksabstimmung teilnimmt). Für die Verwendung der Ergebnisse im Marketing ist zu berücksichtigen, dass üblicherweise nur ein Teil der Konsumenten (die sog. Zielgruppe) für den Kauf eines bestimmten Produktes in Betracht kommt. Beobachtungen der Präferenzen der Gesamtbevölkerung zeigen das Marktpotenzial auf, sollten jedoch durch zielgruppenspezifische Analysen ergänzt werden (*Kaenzig & Wiüstenhagen 2008, Tabi et al. 2014, Salm et al. 2016*).

Lehrstuhl für Management Erneuerbarer Energien, Universität St. Gallen

Der Good Energies Lehrstuhl am Institut für Wirtschaft und Ökologie der Universität St. Gallen befasst sich mit Fragen des Managements erneuerbarer Energien, einschliesslich der Analyse von Investitionsstrategien, Energiepolitik, Geschäftsmodellen und Konsumentenverhalten. Die Forschungsergebnisse des Lehrstuhlteams wurden in führenden internationalen Fachzeitschriften veröffentlicht und liefern Erkenntnisse für Entscheidungsträger in der Schweiz und auf internationaler Ebene. Der Lehrstuhl wurde 2009 gegründet und wird von Prof. Dr. Rolf Wüstenhagen geleitet.

goodenergies.iwoe.unisg.ch

Raiffeisen: drittgrösste Bankengruppe in der Schweiz

Die Raiffeisen Gruppe ist mit 3.8 Millionen Kunden und 896 Standorten die führende Schweizer Retailbank. Mit einem Marktanteil im Hypothekengeschäft von 17,6% und einem Kundenkreditvolumen von 185 Mrd. Fr. sind wir bestrebt, zusammen mit unseren Privat- und Firmenkunden nachhaltige Investitionen voranzutreiben. Entsprechend wichtig ist es für Raiffeisen, sich mit den Chancen und Risiken erneuerbarer Energien auseinanderzusetzen. Das Kundenbarometer erneuerbare Energien beleuchtet Zusammenhänge, gibt wertvolle Einblicke in die Sicht der Konsumenten und zeigt deren Erwartungen gegenüber Finanzinstituten auf. Raiffeisen nutzt die Ergebnisse um nachhaltige Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln – zugeschnitten auf die Bedürfnisse unserer Kunden.

www.raiffeisen.ch

EnergieSchweiz: Sensibilisierung für Energieeffizienz und erneuerbare Energien

Das 2001 vom Bundesrat lancierte Programm EnergieSchweiz will die Energieeffizienz und den Einsatz erneuerbarer Energien steigern und damit einen wesentlichen Beitrag zur Erreichung der energie- und klimapolitischen Ziele leisten. Im Mittelpunkt des Programms stehen die Sensibilisierung, die Information und Beratung, die Aus- und Weiterbildung sowie die Qualitätssicherung in verschiedenen Schwerpunktbereichen. Ein besonderes Ziel ist es, die Barrieren abzubauen, die die Ausschöpfung des vollen Potenzials von Energieeffizienzmassnahmen und erneuerbaren Energien verhindern. EnergieSchweiz unterstützt die Umsetzung von Gesetzen, Förderprogrammen und Marktinstrumenten der Energie- und Klimapolitik. Durch innovative Projekte, Partnerschaften, Beratungsinitiativen und andere Aktivitäten fördert EnergieSchweiz auch die Umsetzung von freiwilligen Initiativen in Haushalten, Gemeinden und Unternehmen. Seit 2011 konzentriert sich EnergieSchweiz verstärkt auf die Endverbraucher und unterstützt in Zusammenarbeit mit Vertretern des privaten und öffentlichen Sektors sowie anderen Organisationen Initiativen und Kampagnen.

www.energieschweiz.ch

Herausgeber Good Energies Lehrstuhl für Management erneuerbarer Energien, Universität St. Gallen

Autoren Julia Cousse, Rolf Wüstenhagen

Kontakt rolf.wuestenhagen@unisg.ch, julia.cousse@unisg.ch

Projektmanagement Raiffeisen Schweiz Tanja Rädler

Projektmanagement EnergieSchweiz Raphael Zürcher

Layout misigno graphic-design

Infografik Stockmar+Walter

Datenerhebung intervista AG

Originalsprache Englisch

Website <http://www.iwoe.unisg.ch/kundenbarometer>

Urheberrecht Universität St. Gallen, 2019 Wiedergabe für nicht kommerzielle Nutzung unter Angabe der Quelle gestattet

Good Energies Chair
for Management of Renewable Energies
Institute for Economy and the Environment

University of St. Gallen

Tigerbergstr. 2
CH-9000 St. Gallen
Switzerland
Phone +41 71 224 25 84
energie@unisg.ch
www.iwoe.unisg.ch/kundenbarometer