

Medienmitteilung

Luzern, 17. Juni 2013

Ökopower oder Naturstrom? – Wie man Strom aus erneuerbaren Energien verständlich vermarktet

Obwohl die Mehrheit der Bevölkerung eine positive Einstellung zu Solar-, Wasser- und Windstrom hat, ist das Wissen über solche Produkte relativ gering. Viele Leute haben auch keine Lust, komplizierte Abhandlungen darüber zu lesen. Eine Studie der Hochschule Luzern – Wirtschaft und Praxispartnern kommt jetzt zum Ergebnis, dass die Kaufbereitschaft für Strom aus erneuerbarer Energie steigt, wenn die Produkte einfach und verständlich beschrieben werden.

Es erklärt sich nicht von selbst, warum man für Solarstrom mehr als für Atomstrom bezahlen soll: Der Computer läuft nicht schneller oder langsamer, und der Kaffee aus der Maschine schmeckt auch nicht anders. Darum sollten Informationen in Marketingbroschüren für Stromprodukte aus erneuerbaren Energien verständlich formuliert sein. Denn viele Menschen sind lesefaul, wenn es um komplexe Informationen geht. Es ist zwar belegt, dass die Mehrheit der Bevölkerung gerne Strom aus erneuerbarer Energie beziehen möchte. Viele wissen aber nicht, dass und wie sie dies tun können.

Forscherinnen des Instituts für Kommunikation und Marketing IKM haben zusammen mit Stromunternehmen und Vereinen untersucht, wann Texte zu Stromprodukten verständlich sind und wie sich das auf die Kaufbereitschaft auswirkt. Das Projekt wurde von der Kommission für Technologie und Innovation (KTI) unterstützt.

Texte von Energieversorgungsunternehmen unter der Lupe

In einem ersten Schritt hat das Forschungsteam analysiert, wie Marketingbroschüren heute geschrieben und gestaltet sind. Dazu haben sie die Broschüren der Energieversorgungsunternehmen von Luzern, Basel sowie der Stadt und des Kantons Zürich unter die Lupe genommen. Für die Verständlichkeit ist wichtig, wie über etwas geschrieben wird, aber auch, welche Voraussetzungen jeder Leser und jede Leserin mitbringt. Einerseits muss die Schriftgrösse angemessen sein, ein guter Kontrast zwischen Schriftfarbe und Hintergrund erhöht die Leserlichkeit zusätzlich. Andererseits sollten der Leserschaft die Sätze und Wörter auf den ersten Blick klar sein. Erst unter diesen Bedingungen wird ein Text auch verstanden, das heisst, seine Bedeutung wird aufgenommen und mit bestehendem Wissen verknüpft. Die Texte der untersuchten Unternehmen haben dabei mehrheitlich sehr gut abgeschnitten.

Handlungsbedarf bei Fachwörtern

In einem zweiten Schritt des Projekts mussten sich Testpersonen zwischen Stromprodukten entscheiden, die einerseits aus herkömmlichem Mixstrom, andererseits aus erneuerbaren Energiequellen stammen. Die Angebote waren mal verständlicher mal komplizierter formuliert. Dabei hat sich unter anderem gezeigt, dass mehr Leute sich für erneuerbare Energien entscheiden, wenn Fachausdrücke wie beispielsweise «neue erneuerbare Energiequellen» in den Texten erklärt werden.

Erklärungsbedarf zeigt sich auch in Bezug auf die Qualitätszeichen für Strom aus erneuerbarer Energie. Eine Mehrheit kannte die Labels «naturemade basic» und «naturemade star» nicht. Und vielen war nicht bewusst, dass eine unabhängige Stelle – nämlich der Verein für umweltgerechte Energie VUE – diese vergibt und dass die zertifizierten Produkte auch entsprechend kontrolliert werden. Eine solche Kontrolle wünschen sich die meisten Befragten und wissen nicht, dass diese schon existiert. Es gibt hier also ein Angebot, das nur wenige kennen, aber viele haben wollen. Mit einer verständlichen Kommunikation könnten Energieversorgungsunternehmen das Wissen ihrer Kundinnen und Kunden über bereits bestehende Angebote sowohl von Stromprodukten als auch von Zertifizierungen vergrössern. Besonders sensibel reagierten die Testpersonen auf das Layout. In Interviews stellte sich heraus, dass sie führende Untertitel und abgesetzte Textblöcke schätzten. Sehr unbeliebt waren

umfangreiche Texte. Ein gut strukturierter Text bietet Raum für Lesepausen und eigene Gedanken.

Empfehlungen für die Kommunikation

Die Schweiz steuert eine Energiewende an: Der Strom soll in Zukunft vermehrt aus erneuerbaren Quellen kommen. Damit die Konsumentinnen und Konsumenten wissen, was Strom aus erneuerbaren Energien ist und wie man als Privathaushalt solchen Strom beziehen kann, ist es wichtig, diese Produkte auf eine verständliche Art und Weise zu verkaufen. Aus dem Projekt haben die Forscherinnen darum gemeinsam mit den Praxispartnern Empfehlungen für die Kommunikation abgeleitet und Tipps und Tricks zusammengefasst.

Und die Gruppe möchte sich auch in Zukunft mit dem Thema befassen: Sowohl die beteiligten Unternehmen und Vereine wie auch die Forscherinnen möchten dem Phänomen der Verständlichkeit weiter auf den Grund gehen, auf der Suche nach der optimalen Kommunikation.

Erforschung der Verständlichkeit und Wirksamkeit

Seit 2009 hat sich ein Forschungsteam des Instituts für Kommunikation und Marketing IKM der Hochschule Luzern – Wirtschaft auf Verständlichkeit und Wirksamkeit der Kommunikation spezialisiert. Gemeinsam mit Unternehmen erforschen sie das Thema in verschiedenen Branchen und bieten auch Dienstleistungen an. Dabei verknüpfen sie die Perspektiven unterschiedlicher Fachrichtungen und bringen die Ergebnisse aus Forschung und Anwendung zusammen. Davon profitiert nicht zuletzt die Öffentlichkeit: Verwenden Unternehmen und Behörden eine verständliche Sprache, können sie Laien ihre Themen besser vermitteln.

Link:

Schlussbericht zum Projekt «Ökopower oder Naturstrom?»:
<http://blog.hslu.ch/verstaendlichkeit/aktuelle-projekte-am-ikm/>

Kontakt für Medienschaffende:

Hochschule Luzern

Frau Prof. Dr. Sascha Demarmels, Projektleiterin am Institut für Kommunikation und Marketing IKM: T: +41 41 228 42 24, E-Mail: sascha.demarmels@hslu.ch

Projektpartner:

Verein für umweltgerechte Energie VUE

Ursula Stocker: T: 044 213 10 21, E-Mail: ursula.stocker@naturemade.ch

ewl energie wasser luzern

Florine Schmidt: T: 041 369 44 27, E-Mail: florine.schmidt@ewl-luzern.ch

Elektrizitätswerke des Kantons Zürich EKZ

Germaine Hiltbrunner: T: 058 359 58 03, E-Mail: germaine.hiltbrunner@ekz.ch

Elektrizitätswerk der Stadt Zürich ewz

Jacqueline Verjee: T: 058 319 49 83, E-Mail: jacqueline.verjee@ewz.ch

Industrielle Werke Basel IWB

Thomas Bundschuh: T: 061 275 52 05, E-Mail: Thomas.Bundschuh@iwb.ch

Swisspower Network AG

Denise Guyer: T: 044 253 82 15, E-Mail: Denise.Guyer@swisspower.ch