

Juni 2020

Report «Energie Generation Y / Z » für VSE



Inhalt

Ausgangslage	4
Herangehensweise.....	5
Research CANVAS.....	6
Allgemeinwissen Strom / Energie	8
Bedürfnisse Strom/Energie	11
Konsumverhalten	13
Digitalisierung.....	15
Erwartungen Lieferanten	17
Fazit.....	18

Ausgangslage

Junge Leute aus der Generation Y und Z verhalten sich und treffen Entscheidungen anders, so sagt man. Mit diesen Generationen sind Leute gemeint, welche ab 1981 geboren worden sind. Eines lässt sich allerdings mit Sicherheit bestätigen, der demographische Wandel ist in vollem Gange. Die Babyboomer-Generation scheidet nach und nach aus der Arbeitswelt aus, und die jüngeren Generationen rücken nach. Die Schwierigkeit liegt in den Unterschieden zwischen den Generationen. Die Generation Y/Z hat ein anderes Medienverhalten, andere Bedürfnisse und andere Wünsche.

Die Grafik, welche aus der Aargauer Zeitung aus dem Jahr 2016 stammt, verdeutlicht die Merkmale der Generationen. Die Generation Y legt grossen Wert auf **Flexibilität & Freiheiten**, ist sehr mobil und online unterwegs. Die Generation Z legt hingegen Wert auf **Sicherheit & Stabilität** und organisiert sich im «Crowd-Sourcing». Doch wie wirken sich diese Einstellungen und Verhaltensweisen dieser Generationen auf das Energieverständnis aus?

Dabei kommen Fragen auf wie:

Wie befassen sich junge Leute mit Energie?

Wie wichtig ist ihnen Nachhaltigkeit?

Was sind ihre Erwartungen an den Lieferanten?

Mit diesen und weiteren Fragen ist der Verband Schweizerischer Elektrizitätsunternehmen auf den Impact Hub Bern zugegangen.

	Maturists (geboren vor 1945)	Baby Boomers (1945 – 1960)	Generation X (1961 – 1980)	Generation Y (1981 – 1995)	Generation Z (nach 1995 geboren)
Prägende Erfahrungen	Zweiter Weltkrieg Rationierungen Starr definierte Geschlechterrollen Rock 'n Roll Kernfamilie Festgelegtes Frauenbild	Kalter Krieg Wirtschaftswunder Swinging Sixties Mondlandung Jugendkultur Woodstock Familiensorientierung Zeitalter der Teenager	Ende des Kalten Kriegs Mauerfall Reagan – Gorbatschow Thatcherismus Live Aid Der erste PC Anfänge mobile Technologie Schlüsselkinder Zunahme von Scheidungen	Terroranschläge 9/11 Playstation Social Media Invasion im Irak Reality TV Google Earth	Wirtschaftlicher Abschwung Erderwärmung Globalisierung Mobile Devices Energiekrise Arabischer Frühling Eigene Medienkanäle Cloud Computing Wikileaks
Anteil an arbeitender Bevölkerung in % (in UK)	3 %	33 %	35 %	29 %	Teilweise in befristeten Arbeitsverhältnissen oder in Ausbildung
Ziel	Eigenheim	Jobsicherheit	Work-Life-Balance	Freiheit und Flexibilität	Sicherheit und Stabilität
Haltung zu Technologie	Weitgehend uninteressiert	Erste IT-Erfahrungen	Digital Immigrants	Digital Natives	„Technoholics“ abhängig von der IT, nur begrenzte Alternativen
Haltung zu Karriere	Lebenslange Jobgarantie	Karriere im Unternehmen, wird von den Angestellten mitgestaltet	Karriere bezieht sich auf den Beruf, nicht mehr auf den Arbeitgeber	Digitale Unternehmer Arbeit „mit“ Organisationen, nicht „für“ Organisationen	Multitasking-Karriere Übergangloser Wechsel zwischen Unternehmen und „Pop-up“-Business
Typisches Produkt	Auto	Fernseher	PC	Tablet / Smartphone	Google Glass Nanocomputer 3-D-Drucker Fahrerlose Autos
Medien Kommunikation	Brief	Telefon	E-Mail und SMS	Text oder Social Media	Mobile oder in die Kleidung integrierte Kommunikationsmedien
Bevorzugte Kommunikation	Face-to-Face Meetings	Face-to-Face, zudem Telefon und E-Mail	Text Messaging oder E-Mail	Online und Mobile (SMS)	Facetime

Herangehensweise

Zur Beantwortung der Fragen ist eine qualitative Studie mit Leuten aus den Generationen Y & Z im Alter zwischen 23 und 32 Jahren durchgeführt worden. Bestandteil der Studie waren einerseits 10 Interviews mit Vertretern/-innen aus diesen Generationen, andererseits ein halbtägiger Workshop mit dem Segment junge Leute und Mitarbeiter des VSE. Dieser Workshop fand am 27.09.2019 statt und diente zum einen dazu, die Ergebnisse der Interviews zu validieren, zum anderen auch dazu, neue Ideen zu generieren, wie man die Generationen Y & Z besser erreichen kann.

Vorgängig wurde ein Research CANVAS erstellt, um eine klare Abgrenzung zu erzielen und einen Rahmen für die Studie abzustecken. Dieses Research CANVAS wurde anschliessend um Hypothesen erweitert, um noch spezifischere Ergebnisse zu erzielen. Diese Hypothesen sind eingeteilt in die Kategorien Allgemeinwissen Strom/Energie, Bedürfnisse Strom/Energie, Konsumverhalten, Digitalisierung sowie Erwartungen an Lieferanten.

Insgesamt wurden fünf Frauen und fünf Männer interviewt, wobei das Durchschnittsalter bei 26 Jahren liegt. Dabei gaben drei Personen an, auf dem Land zu leben und sieben in der Stadt. Bei der Anzahl der Geräte gaben neun von zehn Personen an, zwischen 4–10 Geräte zu besitzen, die Strom brauchen. Darüber hinaus arbeiten acht von zehn Personen im Dienstleistungssektor und zwei gaben «Andere» an.

Darüber hinaus leben sechs von zehn in einer eigenen Wohnung/WG und vier noch bei den Eltern. Betreffend der Arbeitssituation gaben sieben von zehn an, in einem normalen Angestelltenverhältnis zu arbeiten. Daneben sind zwei Studierende befragt worden, und eine Person ist leitende Angestellte.

Research CANVAS

Hintergrund	Zielsetzung	Fragestellung	Hypothesen	Zielgruppe
Hintergrund des Projektes? Warum will man das untersuchen?	Was ist die Hauptzielsetzung der Untersuchung?	Welche Fragestellungen will man beantworten?	Welche Annahmen & Hypothesen gibt es bereits?	Welche Benutzer sind relevant? Welche Personas sind betroffen?
<p>Aktuell verfügt der Energiesektor ein unklares Bild über die Bedürfnisse der Generation Y / Z in Bezug auf den Energiemix, Wünsche zur Energieversorgung sowie den digitalen Themen, die damit einhergehen.</p> <p>Mit dem Projekt soll herausgefunden werden wie Junge Leute zu Energiethemen stehen?</p>	<p>Wie stehen junge Leute zu folgenden Themen:</p> <p>Energieversorgung (1)</p> <p>Energiemix (2)</p> <p>Energieverbrauch und dessen Monitoring (3)</p> <p>Erwartungen an Strom/Energie-Lieferanten/Dienstleister (4)</p>	<p>Wie können Junge Leute von Energieunternehmen erreicht und angesprochen werden?</p> <p>Die detaillierten Fragen befinden sich im Fragebogen im Anhang dieses Dokuments.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Junge Leute befassen sich mit dem Umbruch im Energiesektor (1a) 2. Junge Leute wünschen sich nachhaltige und stabile Energielösungen (1b) 3. Junge Leute interessieren sich für nachhaltige Energie (2a) 4. Junge Leute interessiert die Herkunft ihres Stroms (2b) 5. Junge Leute interessiert der Energieverbrauch ihres Haushalts (3a) 6. Junge Leute sind bereit, sich beim Energieverbrauch einzuschränken (3b) 7. Junge Leute möchten aktiv den Energiemix in ihrem Haushalt mitbestimmen (4a) 8. Junge Leute sind bereit, für günstige Preise Flexibilität/Daten/etc. abzugeben (4b) 	<p>Personen aus der Generation Y/Z (= 23 – 32 Jahre alt)</p> <p>Generation Z als Teilgruppe</p> <p>Mann/Frau ausgewogen (must-have)</p> <p>Stadt/Land ausgewogen – gelebt (zweitrangig)</p> <p>Zweitrangig: Bildung, Branche, Region, Sprache</p>

Stakeholder	Methoden	Deliverables	Researcher	Zeithorizont
Wen muss man involvieren? Wer liest die Ergebnisse?	Wie können wir die Fragestellung beantworten?	Welche Artefakte / Lieferobjekte werden benötigt? Was wird damit gemacht?	Wer führt die Studie / das Projekt durch? Wer liefert Daten?	Wann wird die Studie durchgeführt? Wie viel Zeit wird benötigt?
Ergebnisse aufbereiten für: - VSE	Interview Junge Leute (10x individuell 1:1, gegenseitige Beeinflussung vermeiden) Ideation Workshop (in Gruppe, basierend auf Interview)	Lieferobjekte: - Interviews (Video / Audio) - Management Summary - Ergebnisse des Workshops	VSE Bereich Energie mit dem Impact Hub Bern	M = Startmonat, M + x = Ende des x-ten Monats nach M M = Einigung auf das Vorgehen gemäss Konzept M + 1 Vertragsabschluss M + 4 Lieferung der Produkte der ersten Phase M + 5 Entscheid bezüglich Fortsetzung der Zusammenarbeit in diesem Projekt

Basierend auf diesen Hypothesen & Fragestellungen sind die Interviews durchgeführt worden. Die Ergebnisse werden in den nachfolgenden Kapiteln strukturiert abgehandelt und die Erkenntnisse zu den Fragestellungen dargelegt. Eingeteilt sind die Kapitel in die Kategorien «Allgemeinwissen Strom/Energie», «Bedürfnisse Strom/Energie», «Konsumverhalten», «Digitalisierung» sowie «Erwartungen an Lieferanten».

Allgemeinwissen Strom / Energie

In diesem Kapitel werden die Ergebnisse rund um das Thema «Allgemeinwissen Strom/Energie» dargestellt. Folgende Hypothesen werden in dieser Kategorie angesprochen:

1. Junge Leute befassen sich mit dem Umbruch im Energiesektor (1a)
2. Junge Leute interessiert der Energieverbrauch ihres Haushalts (3a)

Allgemeine Zusammenfassung

Grundsätzlich lässt sich sagen, dass sich alle befragten Personen schon einmal Gedanken zu ihrer eigenen Energieversorgung gemacht haben. Gerade im Hinblick auf das Thema Nachhaltigkeit, werden auch im Alltag Massnahmen ergriffen wie z.B. Licht abstellen, seltener Fliegen, geringer Spritverbrauch / geringere Autonutzung oder weniger Wasser im Alltag verwenden.

Bei den Energieträgern konnte festgestellt werden, dass Kohle, Öl und Gas weniger bekannt sind als Solarstrom, Wasserkraft, Kernkraft oder Windkraft. Darüber hinaus sind noch einmal Nennungen zur Erdwärme sowie Biogas vorgekommen.

Bei der Nutzung der jeweiligen Energieträger haben zudem drei Personen sowohl die direkte Nutzung über Strom als auch die indirekte Nutzung über die Mobilität oder das Heizen genannt. Das heisst sie sind sich beiden Verbrauchsarten (direkt und indirekt) bewusst.



Hypothese: Junge Leute befassen sich mit dem Umbruch im Energiesektor

Grundsätzlich lässt sich festhalten, dass die Probanden nur wenig über den Umbruch des Energiesektors wissen. Allen ist bekannt, dass der Trend im Moment in Richtung Nachhaltigkeit geht und dass diese in Zukunft noch an Gewicht zunehmen wird. Darüber hinaus sind einzelne Themen gezielt angesprochen worden, wie beispielsweise die Effizienz der Energieträger, der Trend in Richtung Smart Grids, der Energieverbrauch durch den Fleischkonsum, der Trend zu E-Mobilität, Flugscham sowie die Marktliberalisierung im Privatkundensegment.

Alle Themen wurden dabei nur einmal genannt, ausser der Trend zu E-Mobilität. Dieser wurde von drei Personen aktiv kommentiert und beschrieben. Eine Person hat zudem das Phänomen des Rebound-Effekts beschrieben. Dabei ging es um Forschung, die besagt, dass wenn der Energieverbrauch eines Geräts sinkt, die Nutzung steigt, da eine einzelne Nutzung einen geringeren Effekt hat. Dies hat dazu geführt, dass schlussendlich der Verbrauch höher gewesen sei als vorher. Aus diesem Grund ist eine einzelne Effizienzsteigerung der Geräte auch eine Gefahr, welche unter Umständen zu mehr Konsum führt als zu weniger.

Das EU Stromabkommen ist vier von zehn Personen bekannt, wobei niemand den Inhalt dazu bestimmen konnte.

Energieträger	Nennungen
Gas	4
Öl	4
Kernkraft	10
Solar	10
Wasserkraft	10
Windkraft	10
Kohle	1
Erdwärme	1
Biogas	1

Eine ebenfalls interessante Erkenntnis, war die Tatsache, dass sieben von zehn Personen der Kernenergie den grössten Anteil am Schweizer Strommix beimessen. Diese Mengen rangiert zwischen 50% - 80%. Das zeigt, dass bei den jungen Leuten nach wie vor das Bild herrscht, dass die Schweiz enorm von der Kernenergie abhängig ist.

Hypothese: Junge Leute interessiert der Energieverbrauch ihres Haushalts

Diese Hypothese lässt sich grundsätzlich bejahen, betrachtet man die Erkenntnisse aus der Allgemeinen Zusammenfassung. Jedoch ist nur geringes Wissen über den eigenen Energieverbrauch vorhanden. So konnten nur zwei Personen ihren eigenen Energieverbrauch deklarieren, und nur eine Person wusste den Strompreis pro kWh. Wenn es um das eigene Stromprodukt geht, wusste nur eine Person konkret, dass Ökostrom eingesetzt wird. Bei allen anderen war dies unbekannt, teilweise wusste man nicht, dass man überhaupt ein Stromprodukt wählen konnte.

Im nachfolgenden Kapitel wird auf die «Bedürfnisse Strom/Energie» der Generationen Y & Z näher eingegangen.

Bedürfnisse Strom/Energie

Dieses Kapitel behandelt die Hypothesen zu den Bedürfnissen Strom/Energie der Zielgruppe Junge Leute. In diesem Kapitel wurde eine Hypothese aufgestellt:

1. Junge Leute wünschen sich nachhaltige und stabile Energielösungen (1b)
2. Junge Leute interessieren sich für nachhaltige Energie (2a)
3. Junge Leute interessiert die Herkunft ihres Stroms (2b)

Die wichtigsten Erkenntnisse sind im nachfolgenden Bild erfasst, bevor die einzelnen Hypothesen evaluiert werden.



Hypothese: Junge Leute wünschen sich nachhaltige und stabile Energielösungen / Junge Leute interessieren sich für nachhaltige Energie

Diese Hypothese lässt sich anhand der Befragung bestätigen. Jede Person ging auf das Thema Nachhaltigkeit ein und nannte dieses als wichtigen Pfeiler für die zukünftige Energieversorgung. Das Thema Stabilität wurde hingegen nur zweimal aufgegriffen, was darauf hindeutet, dass dies im Alltag eine untergeordnete Rolle spielt. Dies kann dadurch begründet werden, dass die Versorgung hierzulande sehr stabil ist und es dadurch als Faktor weitgehend unbekannt ist.

Darüber hinaus haben alle Befragten schon einmal etwas von Stromspeichern gehört und sehen den Nutzen, wenn es um den Einsatz nachhaltiger Energie geht. Es wurde gesagt, dass diese dazu eingesetzt werden, die Energie verfügbar zu machen, wenn sie benötigt wird. In diesem Zusammenhang ist zudem erwähnt worden, dass sich ebenfalls viel Strom sparen liesse, indem man intelligentere Systeme mit nachhaltigen Energiequellen implementiert. Ein Beispiel wäre, dass der Geschirrspüler erst dann angeht, wenn man selbst genügend Strom produziert.

Hypothese: Junge Leute interessiert die Herkunft ihres Stromes

Diese Hypothese kann bejaht werden. Diese Form der Herkunft ist allen Personen besonders wichtig. Nachhaltige Energieversorgung steht bei den jungen Leuten im Zentrum. Das Thema «Schweizer Strom» wurde von sechs Personen aufgegriffen und spielt eine wichtige Rolle für die jungen Leute. Es wurde jedoch gesagt, dass es eine gute Begründung braucht, warum Schweizer Strom sinnvoller ist als Strom aus einem anderen Land ist. Dabei wurden beispielsweise die positiven Auswirkungen auf die Ökobilanz erwähnt. Eine untergeordnete Rolle spielt bei den jungen Leuten der Preis, das Argument der Nachhaltigkeit wiegt schwerer. Eine Person hat dazu erwähnt, dass man so viel zahlen würde, wie nötig, um nachhaltigen Strom zu beziehen. Diese Person sieht es folglich als Pflicht und Notwendigkeit und weniger als eine Option, die man wählen kann.

Bei der Frage nach der Finanzierung von nachhaltigem Strom wurde gefragt ob dies durch den Staat, die Konsumenten oder private Investoren geschehen solle. Hier sind sich die jungen Personen einig, die Privatwirtschaft soll diesen Wandel aktiv mittragen, seien dies private Konsumenten oder Unternehmen. Darüber hinaus haben fünf Personen zusätzlich den Staat erwähnt, welcher durch Subventionen, Rahmenbedingungen oder Finanzierungen mithelfen soll, die Energiewende zu fördern.

Konsumverhalten

In diesem Kapitel werden die Themen rund um das Konsumverhalten analysiert. Dabei wird vor allem auf folgende Hypothese eingegangen:

1. Junge Leute interessiert der Energieverbrauch ihres Haushalts (3a)

Hypothese: Junge Leute interessiert der Energieverbrauch ihres Haushalts

Diese Hypothese lässt sich bejahen, wenn auch der Energieverbrauch im Detail nicht bekannt ist. Die jungen Leute gaben alle an, sich mal wieder damit auseinandersetzen zu müssen. Daneben wurde eine Liste erfragt mit den Geräten, welche im Alltag am meisten Strom benötigen. Dies war insofern interessant, dass viele alltägliche Geräte mit hohem Stromverbrauch nicht genannt worden sind. Dazu zählen der Kühlschrank, der Herd, die Abwaschmaschine oder Warmwasser. Zuerst genannt als alltägliche Geräte wurden immer das Smartphone, der Fernseher oder der Laptop. Dies vermutlich auch, da bei diesen Geräten jeweils eine aktive Handlung erfolgt, wohingegen der Kühlschrank beispielsweise immer läuft. Sieben von zehn Personen haben das Licht unter den Top 5 genannt.



Ebenfalls interessant war die Antwort auf die Frage nach der Berücksichtigung des Energieeffizienzlabels. Dieses wird praktisch nicht beachtet, da der Kauf eines grösseren Geräts (wie Kühlschrank o.Ä.) selten ansteht und das Label bei Alltagsgeräten eine geringere Bedeutung hat. Das heisst, es kannten zwar alle Probanden das Label, wenden es aber im Alltag kaum an.

Bei der Frage, ob und wie lange man es ohne Strom aushält, konnten nur geringe Resultate erzielt werden. Das liegt vor allem daran, dass es hierzulande kaum Ausfälle gibt und diese meist nach relativ kurzer Zeit wieder behoben sind. Aus diesem Grund konnten sich auch viele Personen nicht mehr an das letzte Erlebnis erinnern und hatten dementsprechend Mühe, sich eine Welt ohne Strom vorzustellen. Die Ergebnisse schwankten daher zwischen einem Tag und einer Woche. Als grösste Herausforderung ohne Strom wurden das Internet, Arbeiten, Heizen, Kochen, Erreichbarkeit sowie die Nahrungsmittelaufbewahrung genannt. Eine Person hat zudem die Herausforderungen im Gesundheitswesen, speziell für Spitäler, angesprochen sowie die Auswirkungen auf die Mobilität. Dazu kam die Frage auf, ob man überhaupt noch Essen beziehen kann, gerade das kann nach einigen Tagen zur grossen Herausforderung werden.

Digitalisierung

In diesem Kapitel das Thema Digitalisierung im Energiebereich analysiert. Dabei wird auf folgende zwei Hypothesen eingegangen:

1. Junge Leute sind bereit, sich beim Energieverbrauch einzuschränken (3b)
2. Junge Leute sind bereit, für günstige Preise Flexibilität/Daten/etc. abzugeben (4b)

Die wichtigsten Erkenntnisse sind im nachfolgenden Abschnitt und Bild erfasst, bevor die einzelnen Hypothesen evaluiert werden.

Zur Digitalisierung lässt sich konstatieren, dass keine der Personen aktiv den Stromverbrauch überwacht. Es sind demzufolge keine Tools oder Systeme im Einsatz, welche dies zulassen. Alle empfanden jedoch diese Vorstellung als sinnvoll und würden eine digitale Überwachung sinnvoll finden. Gerade das Abrufen von Informationen wurde von allen als hilfreich und interessant eingestuft, wohingegen die Steuerung nur von sechs Personen als nutzbringend genannt worden ist. Dabei wurde gerade die intelligente Steuerung bei Solarstromproduktion zur Aktivierung der Heizung oder Waschmaschine als Chance genannt. Solche steuernden Systeme bieten die Möglichkeit, die Geräte dann zu aktivieren, wenn selbst Strom produziert wird und somit ein Überschuss herrscht.



Hypothese: Junge Leute sind bereit, für günstige Preise Flexibilität/Daten/etc. abzugeben (4b)

Darüber hinaus vertrauen alle Probanden ihren aktuellen Energielieferanten, wenn es um den Schutz ihrer Daten geht. Es wurde auch einige Mal hinterfragt, ob diese Daten überhaupt schützenswert seien. Demzufolge konnten sich auch alle Befragten vorstellen, ihre Daten mit den Unternehmen zu teilen, um entsprechende Vorteile zu erhalten. Es gilt jedoch zu beachten, dass der Preis eine untergeordnete Rolle spielt. Das heisst, es ist fraglich, ob eine Preisreduktion der richtige Anreiz ist. Es wurde in diesem Zusammenhang angemerkt, dass die Daten genutzt werden sollten, um die Systeme effizienter, nachhaltiger und intelligenter zu machen.

Hypothese: Junge Leute sind bereit, sich beim Energieverbrauch einzuschränken (3b)

Auf die Frage, ob man schon einmal bewusst auf Geräte am Tag verzichtet habe, um diese am Abend zu verwenden, spiegelte sich ein klares Bild wider. Es wird aktuell nur von drei Personen aktiv gemacht, gerade bei Geräten wie Waschmaschine, Geschirrspüler oder dem Laden der elektronischen Geräte. Bei den restlichen Personen war dies keine aktive Handlung, sondern ist eher Teil der natürlichen Nutzung der Geräte.

Erwartungen Lieferanten

In diesem Kapitel werden die Erwartungen an die Energielieferanten dargelegt. Dabei werden die Themen «Innovation» und «Preisgestaltung» näher betrachtet.

Preisgestaltung

Wie bereits in den vorigen Kapiteln erläutert spielen die Preisgestaltung und der Preis selbst eine untergeordnete Rolle für die junge Generation. Dementsprechend ist aktuell niemand unzufrieden mit der aktuellen Preisgestaltung, es fehlt lediglich an Transparenz, wofür man schlussendlich die Rechnung bezahlt. Aus diesem Grund ist die aktuelle Preisgestaltung kein Thema für die junge Generation, und es fehlten auch Ideen, wie es anders gestaltet sein könnte.

Es sind in diesem Bereich auch noch drei Fragen in Richtung Pricing gestellt worden, um herauszufinden, wofür die junge Generation mehr zu bezahlen bereit ist. Auch hier zeichnet sich ein eindeutiges Bild ab. Sie sind nicht bereit, administrativen Aufwand zu tätigen, um den Preis zu reduzieren. Hingegen ist das Thema Lokalität und Nachhaltigkeit ein wichtiges Thema. Für lokale Energie ist man bereit, zwischen 10–30 % mehr zu bezahlen. Dies jedoch nur unter der genannten Voraussetzung, dass es einen guten Grund gibt, warum Schweizer Strom gegenüber ausländischem Strom zu bevorzugen ist (siehe Hypothese: Junge Leute interessiert die Herkunft des Stromes).

Bei der Nachhaltigkeit fällt die Preisbereitschaft noch stärker aus, hierfür sind sie sogar bereit, bis zu 50 % mehr zu bezahlen. Dies widerspiegeln auch die restlichen Ergebnisse der Interviews. Die Nachhaltigkeit ist für die junge Generation das wichtigste Kriterium für die langfristige Energieversorgung.

Innovation

In diesem Bereich wurde gefragt, was sich die junge Generation noch von den Energielieferanten wünscht. Dazu sind verschiedene Themen aufgegriffen worden, welche nachfolgend beschrieben sind.

Es wurde das Thema Stabilität und Sicherheit von einer Person wieder aufgegriffen. Im Zug der Weiterentwicklung der Energieversorgung darf diese nicht vernachlässigt werden bzw. es darf hier keine Qualitätseinbussen geben. Ein weiteres Thema waren die Smart Grids, dass man diese Technologie nutzt, um dezentrale Kraftwerke zu integrieren und weniger abhängig von grossen Kraftwerken zu sein.

Drei Personen sehen vor allem auch die Sensibilisierung und Ausbildung der Kunden als eine Kernaufgabe der Energieversorger. Dies könne dazu führen, dass mehr Menschen Strom sparen und sich für nachhaltige Energie interessieren. Vor allem auch mit einfachen Tipps und Tricks. Das heisst, den Energieversorgern kommt auch eine wichtige Aufklärungsrolle zu. Dazu könnte man ebenfalls Vergleichsmechanismen schaffen, um sich mit seiner Zielgruppe zu vergleichen. Dies könnte die Sensitivität erhöhen und dazu führen, dass mehr Strom gespart wird.

Ein weiteres wichtiges Thema ist die Nachhaltigkeit. Vier Personen wünschen sich in diesem Bereich mehr Anstrengungen der Energieversorger. Einerseits durch die Förderung von nachhaltigen Techniken wie der Solarenergie. Andererseits auch durch die Ausrichtung ihrer Aktivitäten auf das Klimaziel von 1,5 Grad. Dazu gehört auch, intelligente Systeme zu fördern, welche eine Alternative zum Netzausbau sein könnten.

Im Bereich der Transparenz geht es vor allem um die Lesbarkeit und Nachvollziehbarkeit der Informationen. Die jungen Leute verstehen aktuell nicht, wofür man genau bezahlt und was die Daten genau meinen. Dies liegt einerseits an der Unverständlichkeit der Einheiten wie kWh oder Watt und zum anderen an der Aufbereitung der Daten.

Fazit

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die jungen Leute sich grundsätzlich für Energie interessieren, jedoch im Alltag zu wenig damit konfrontiert werden. Zudem führt die aktuelle Art der Kommunikation eher zu Verwirrung, weshalb man im Detail zu wenig vom System versteht, um einen tatsächlichen Wandel herbeizuführen.

Zudem lässt sich konstatieren, dass das Thema Nachhaltigkeit ein sehr wichtiges Thema für die jungen Menschen, was in den Augen des Autors durch die Anbieter aufgegriffen werden sollte.

Aus diesem Grund lassen sich einige Inspirationen für mögliche Handlungsoptionen für Energieversorgungsunternehmen ableiten.

1. Vergleichsplattform für Personengruppen über den Energieverbrauch
2. Energietracking der Geräte beim Konsumenten ermöglichen
3. Den Energiemix den Konsumenten eingängig (graphisch) aufzeigen
4. Aufklärung mit allgemeinen Informationen zur Energieversorgung Schweiz
5. Tipps & Tricks zum Energiesparen aufzeigen

Diese oben genannten Massnahmen sind nur einige von vielen Möglichkeiten und daher nicht abschliessend. Bei Fragen können Sie sich jederzeit an eric.postler@impacthub.net wenden.

Vielen Dank für das Lesen des Reports.

Eric Postler
Hub Bern AG
Spitalgasse 28
3011 Bern

