

FEHLENDE RELEVANZ BLOCKIERT MASSNAHMEN ZUR STEIGERUNG DER ENERGIEEFFIZIENZ IM B2B

Anja JANOSCHKA¹, Larissa DAHINDEN², Remo KÄLIN³, Guido KNIESEL⁴

Inhalt

Die Reduktion des Energieverbrauchs durch neue Technologien im Gebäudebereich kommt bisher weniger schnell voran als angenommen. Die Verbesserung der Energieeffizienz ist jedoch für die Verwirklichung des ehrgeizigen Ziels des europäischen Grünen Deals, bis 2050 klimaneutral zu werden, von entscheidender Bedeutung [1].

Einen massgeblichen Hebel bietet eine professionelle Energieberatung, um die Gebäudetechnik und damit die Energieeffizienz zu optimieren. Damit kann ein substanzieller Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung geleistet werden [2]–[4].

Elektrizitätswerke bieten mit verschiedenen massgeschneiderten Lösungen eine solche professionelle Energieberatung an. Hauptsäulen sind hierbei das Energiecontrolling, die Effizienzberatung und die Mitarbeitendensensibilisierung.

Obwohl die hohe Wirtschaftlichkeit der Beratungen anhand zahlreicher Beispiele nachgewiesen ist, hat sich jedoch gezeigt, dass der Bedarf bei B2B-Kunden fast immer erst erzeugt werden muss - selbst bei Unternehmen, die besonders durch die damit verbundenen Kostenreduktionen profitieren würden.

Methode

In der vorliegenden qualitativen Studie dienten fünf Leitfadeninterviews (Aufnahmedauer gesamt: 264 Minuten) mit Verantwortlichen der Energiebranche dazu, mögliche Gründe für die Reaktanz bei professionellen Beratungsansätzen zur Optimierung der Energieeffizienz herauszufinden.

Ergebnisse

Neue Investitionen werden höher eingeschätzt als Optimierungsmassnahmen, Reduzierung der Stromkosten sowie Nachhaltigkeitsaspekte sind zwar erkannt aber keine treibenden Handlungsfaktoren. Die erarbeiteten Handlungsempfehlungen sollen die wahrgenommene Relevanz des Beratungsangebots erhöhen. Lösungsansatz ist hier ein starker Fokus auf nutzerbezogenen Content mittels gezielt eingesetzter Kanäle der Marketingkommunikation. Erst wenn Entscheidungsbefugte innerhalb von Unternehmen die Relevanz erkennen, kann dies zu handlungsauslösenden Konversionen führen.

¹ Hochschule Luzern – Wirtschaft, Institut für Kommunikation und Marketing, CC Marketing Management, Zentralstraße 9 6002 Luzern, +41 41 228 99 48, anja.janoschka@hslu.ch, <https://www.hslu.ch/de-ch/wirtschaft/institute/ikm>

² Hochschule Luzern – Wirtschaft, Institut für Kommunikation und Marketing, CC Marketing Management, Zentralstraße 9 6002 Luzern, +41 41 228 99 48, <https://www.hslu.ch/de-ch/wirtschaft/institute/ikm>

³ Hochschule Luzern – Wirtschaft, Institut für Kommunikation und Marketing, CC Marketing Management, Zentralstraße 9 6002 Luzern, +41 41 228 99 48, <https://www.hslu.ch/de-ch/wirtschaft/institute/ikm>

⁴ Hochschule Luzern – Technik & Architektur, Institut für Elektrotechnik, iHomeLab, Technikumstrasse 21, CH-6048 Horw, +41 41 349 3327, guido.kniesel@hslu.ch, <https://www.ihomelab.ch>

Referenzen

- [1] „Im Blickpunkt – Energieeffizienz von Gebäuden“, EU-Kommission - European Commission.
https://ec.europa.eu/info/news/focus-energy-efficiency-buildings-2020-feb-17_de (zugegriffen Nov. 25, 2021).
- [2] B. für E. BFE, „Energiestrategie 2050“.
<https://www.bfe.admin.ch/bfe/de/home/politik/energiestrategie-2050.html> (zugegriffen Apr. 20, 2021).
- [3] B. für R. ARE, „Strategie Nachhaltige Entwicklung“.
<https://www.are.admin.ch/are/de/home/nachhaltige-entwicklung/politik-und-strategie/strategienachhaltige-entwicklung-2016-2019.html> (zugegriffen Apr. 20, 2021).
- [4] „SR 730.0 - Energiegesetz vom 30. September 2016 (EnG)“.
<https://www.fedlex.admin.ch/eli/cc/2017/762/de> (zugegriffen Apr. 20, 2021).