

Uta Weiß

Zentrale Ergebnisse weiterer Marktforschungen zur Neugestaltung des EU-Labels.

15.10.2009, Berlin

Marktforschungen zur Neugestaltung des EU-Labels.

- EU-Kommission – General Direktion Transport & Energie (DG-TREN)
 - Titel: „*Consumer Survey on Graphic Layout for the Community Energy Label*“
 - Veröffentlicht: Kurzpräsentation mit ausgewählten Fragestellungen Oktober 2009; schriftlicher Endbericht noch nicht verfügbar

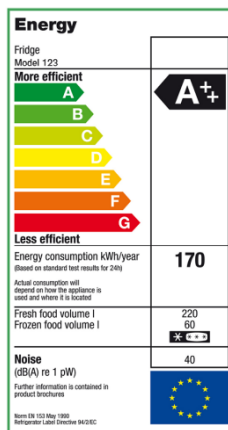
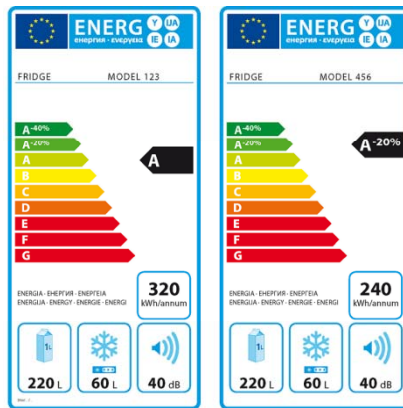
- Universität St. Gallen (Schweiz) – S. Heinzle und R. Wüstenhagen
 - Titel: *Consumer survey on the new format of the European Energy Label for televisions - Comparison of a "A-G closed" versus a "beyond A" scale format*
 - Veröffentlicht: August 2009

EU-Kommission - Marktforschung zur Neugestaltung des EU-Labels.

- EU-Kommission (DG-TREN) - repräsentative Marktforschung
 - in 8 Mitgliedsstaaten (Bulgarien, Finnland, Frankreich, Deutschland, Italien, Litauen, Polen, Großbritannien)
 - Grundgesamtheit: über 8.000 Interviews (>1.000 Probanden pro Mitgliedsstaat)
 - Quantitative Erhebung mit persönlicher Befragung
 - Befragung von Teilgruppen getrennt nach Gestaltungsvariante
- Zentrale Fragestellungen:
 - Verständlichkeit der drei Gestaltungsvarianten
 - Verständlichkeit der Reskalierung im Schema A-G (geschlossen)
 - Wirkung der farblichen Gestaltung der Label

Quelle: EU-Kommission

Verständlichkeit der verschiedenen Varianten.



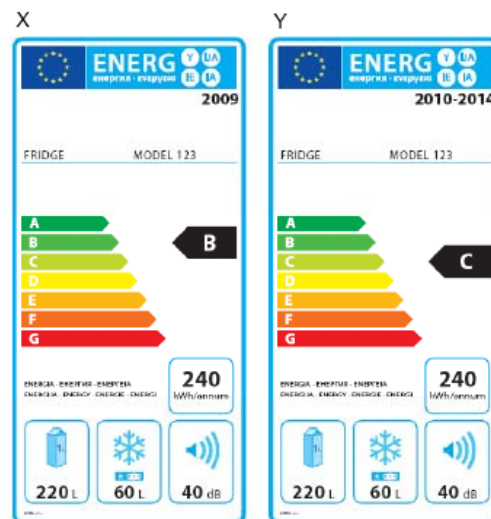
- Gute allgemeine Verständlichkeit der Varianten A-G und A+, etwas schlechtere Verständlichkeit von A-x%
 - Schema A-G geschl.: 72% richtige Antworten
 - Schema A+: 73% richtige Antworten
 - Schema A-x%: 65% richtige Antworten

- Schwieriger Übergang vom heutigen Label zum einem „neuen“ Label, einfachster Übergang bei A+
 - Schema A-G geschl.: 19% richtige Antworten
 - Schema A+: 46% richtige Antworten
 - Schema A-x%: 30% richtige Antworten

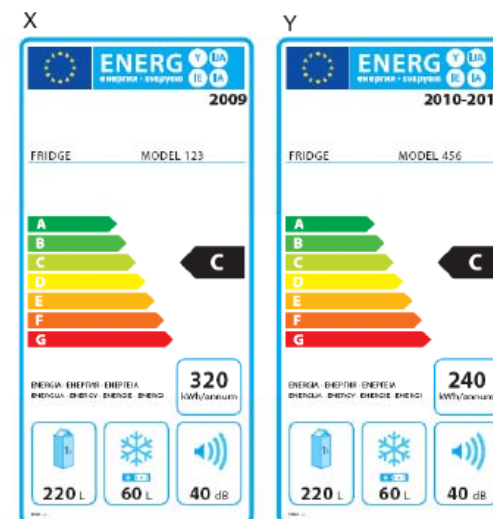
Quelle: EU-Kommission

Reskalierung im Schema A-G (geschlossen) schwer verständlich.

- Neubewertung bei gleicher Energieeffizienz nur von 25% der Probanden richtig erkannt

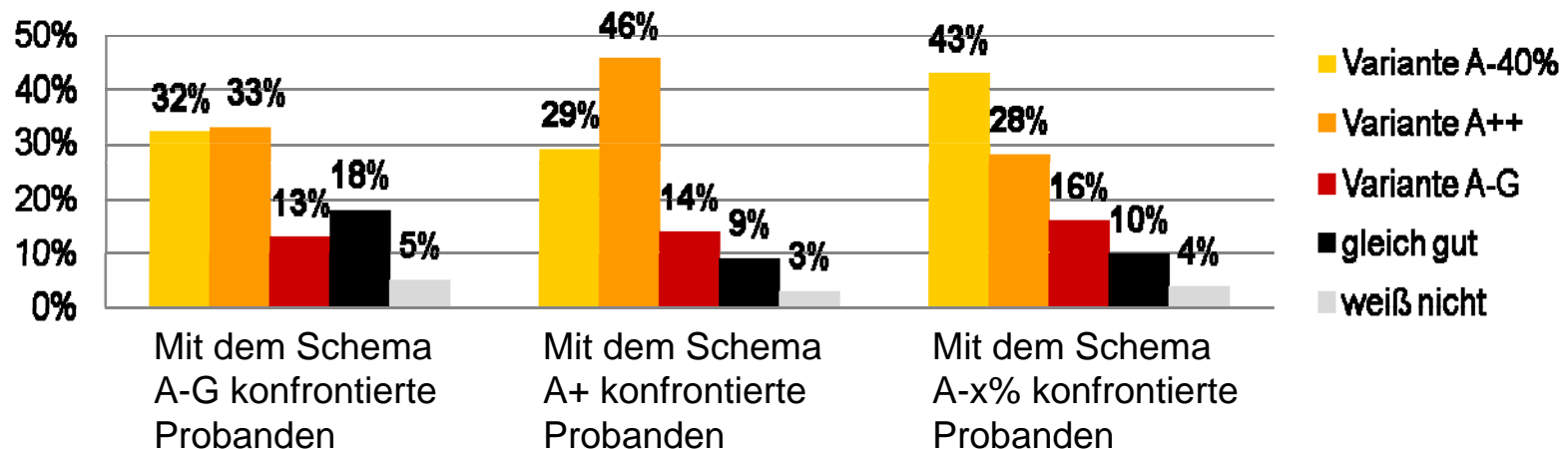


- Unterschiedliche Energieeffizienz bei gleicher Klasse von 59% der Probanden richtig erkannt

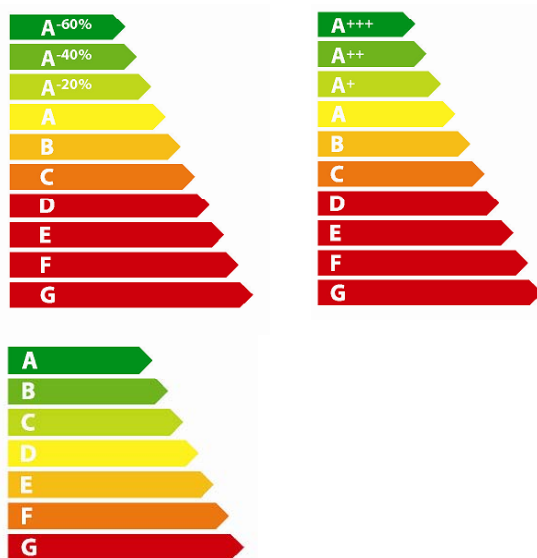


Verbraucherpräferenz für die Varianten.

- Vor dem Hintergrund der Reskalierung im geschlossenen Schema A-G stimmen die Teilnehmer mehrheitlich für die Varianten A+ oder A-x% (nur Probanden, die das vorgelegte Modell verstanden haben)



Starker Einfluss der farblichen Gestaltung der Energieeffizienzklassen.



— Welcher Balken ist als niedrigstes Energieeffizienzniveau noch akzeptabel?

— Dunkelgrüner Balken wird in allen drei Teilgruppen am häufigsten genannt:

Schema A-G geschl.: 40%

Schema A+: 40%

Schema A-x%: 40%

➔ Dunkelgrüner Pfeil ist wesentliches Einschätzungskriterium - unabhängig von der grafischen Gestaltung des EU-Labels

Marktstudie St. Gallen (Heinzle/Wüstenhagen)

- Zentrale Frage:

Welches Label macht Energieeffizienz effektiver zum relevanten Merkmal für Kundenentscheidungen bei neuen Fernsehern?

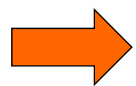
- Befragung

- Je 12 Antworten von 176 Personen (=2148 Antworten „choice tasks“)
- Unterteilt in zwei soziographisch vergleichbare Teilgruppen, die jeweils mit einer Gestaltungsvariante des Labels konfrontiert werden
- Fragezeitraum Juni 2009

Quelle: Heinzle/Wüstenhagen

Motivation zum Kauf energieeffizienter Produkte.

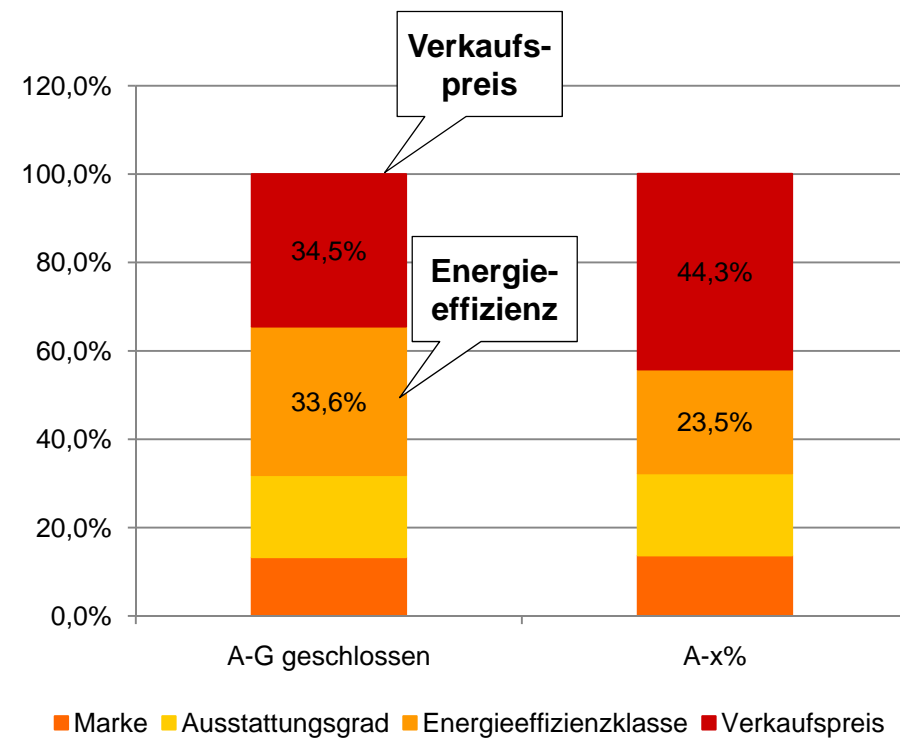
- Die Studie zerlegt den Gesamtnutzen eines Fernsehers für den Verbraucher in verschiedene Teilnutzenwerte
- Die beiden untersuchten Labelvarianten bewirken unterschiedliche Werte des Teilnutzens Energieeffizienz
- Das geschlossene Label A-G sorgt für eine stärkere Spreizung der Teilnutzenwerte
 - Ein Gerät der Energieeffizienzklasse A im Schema A-G hat für die Verbraucher einen größeren Teilnutzen als das gleiche als A^{-60%} klassifizierte Gerät
 - Die Energieeffizienzklasse D (Schema A-G geschl.) sorgt für einen stärker negativen Teilnutzen als die entsprechende Klasse A (Schema A^{-x%})



Für Verbraucher differenziert das geschlossene Label A-G deutlicher und motiviert dadurch stärker zum Kauf energieeffizienter Produkte

Wie viel Einfluss hat das einzelne Produktmerkmal auf die Kaufentscheidung?

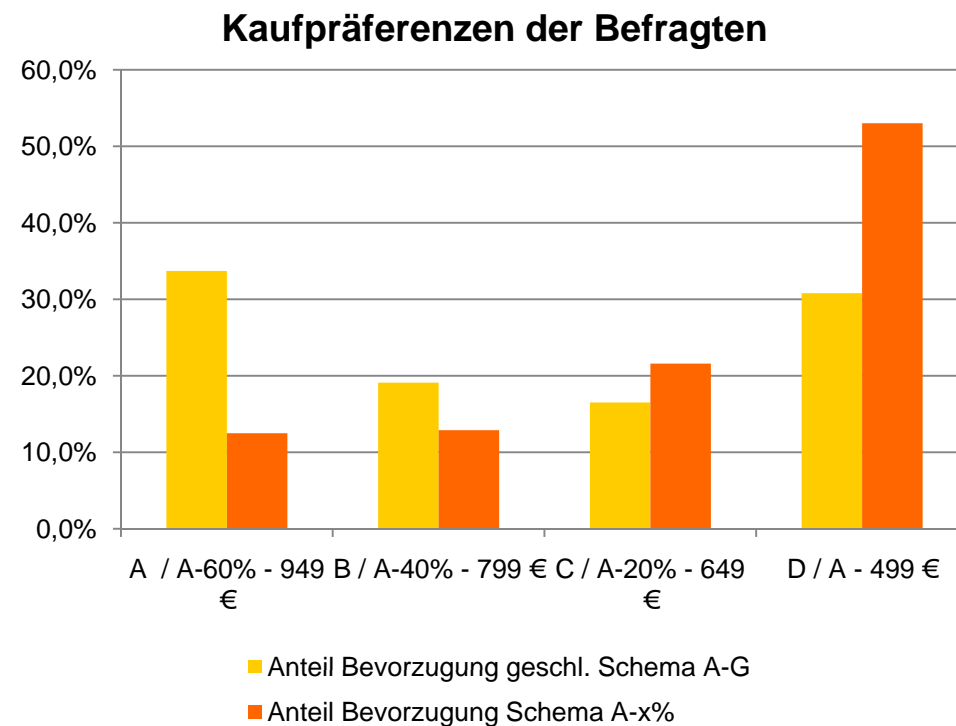
- Die Studie berechnet, welchen Anteil das einzelne Merkmal an der Kaufentscheidung hat
- Im Schema A-G (geschlossen) sind Energieeffizienzklasse und Verkaufspreis ähnlich wichtig für die Kaufentscheidung
- Im Schema A-x% wird der Verkaufspreis zum wichtigsten Merkmal für die Kaufentscheidung



Quelle: Heinze/Wüstenhagen

Wie viel geben Verbraucher für eine verbesserte Energieeffizienzklasse aus?

- Vergleichbare Geräte, unterschiedliche Preise und Energieeffizienzklassen
- Verbraucher tendieren im geschlossenen Schema A-G deutlich häufiger zu energieeffizienten Produkten als bei A-x%



Quelle: Heinzle/Wüstenhagen



Effizienz entscheidet.