



# VERBRAUCHERMONITOR 2013 BAYERN



## Inhalt

1. Studienergebnisse im Überblick
2. Verbraucherstimmung in Deutschland und Bayern
3. Verbrauchervertrauen in Bayern
4. Handlungsbedarf für den Verbraucherschutz in Bayern
5. Akteure und Information
6. Energiepolitik und Akzeptanz
7. Handlungsfeld Energiesparen
8. Handlungsfeld Energieeffizienz
9. Information und Beratung
10. Energieverträge
11. Anhang und Methode

# Studienergebnisse im Überblick

1.



## Studienergebnisse 2013 im Überblick (1)

- Eine stabile Beschäftigung, steigende Einkommen sowie eine moderate Inflation stützen derzeit die Verbraucherstimmung in Bayern. Vor allem die Konsumneigung ist derzeit wesentlich ausgeprägter als in Deutschland insgesamt. Dagegen sorgt die anhaltende Finanzkrise weiter für Verunsicherung unter den Verbrauchern.
  - Die insgesamt positive Stimmung spiegelt sich auch im Verbrauchervertrauen wieder, das sich auf seinem guten Niveau des Vorjahres stabilisiert und in diesem Jahr ebenfalls einen Wert von 57 Index-Punkten aufweist.
  - Nach dem starken Rückgang des Vertrauens in die Kontrolle von Lebensmitteln im vergangenen Jahr kann es 2013 wieder leicht zulegen.
  - Dennoch bleibt der Bereich „Essen und Trinken“ klar das wichtigste Handlungsfeld des Verbraucherschutzes, gefolgt vom Bereich „Finanzen und Versicherungen“. Die deutlichsten Zuwächse verzeichnet in diesem Jahr der Bereich „Energie und Wohnen“.
  - Der kontinuierliche Anstieg der Zufriedenheit mit dem Verbraucherschutz bei „Telefon und Internet“ setzt sich auch 2013 fort. Dagegen ist die Zufriedenheit mit „Finanzen und Versicherungen“ relativ niedrig und es besteht hier aus Konsumentensicht höherer Handlungsbedarf.
  - Unverändert sehen die bayerischen Verbraucher vor allem den Staat beim Verbraucherschutz in der Pflicht.
  - Das Verbraucherportal VIS Bayern kann binnen Jahresfrist die Zahl der Nutzer und die Zufriedenheit deutlich steigern.
- Acht von zehn Verbrauchern in Bayern kennen die Beratungsstellen der Verbraucherzentrale bzw. des VerbraucherService Bayern zumindest; knapp jeder Fünfte hat sie schon genutzt, wobei vor allem die Qualität der Beratungsleistung sehr hohe Zufriedenheitswerte aufweist.
  - Insbesondere ältere Mitbürger präferieren klar den persönlichen Kontakt zu den Beratungsstellen.
  - Die Energiewende ist auch bei den bayerischen Verbrauchern angekommen. Etwa 60% der Bevölkerung fühlt sich zu diesem Thema gut bis ausgezeichnet informiert.
  - Acht von zehn Bayern befürworten klar den Ausstieg aus der Kernenergie und fast 70% sind mit den Fortschritten bei der Energiewende zufrieden.
  - 37% sind nicht bereit, für die Energiewende einen höheren Strompreis zu bezahlen, 40% würden eine Erhöhung bis zu 10% akzeptieren.
  - Der Bau von Stromleitungen wird weniger akzeptiert und für weniger wichtig erachtet als der Bau von Anlagen zur Gewinnung Erneuerbarer Energien. Der Bau von Anlagen zur Gewinnung Erneuerbarer Energien stört hingegen weniger als die Hälfte der Befragten.
  - Im Energiesparen sehen nahezu zwei Drittel der Bayern den wichtigsten Hebel für eine erfolgreiche Energiewende.
  - Das zeigt sich auch daran, dass nahezu alle bayerischen Bürger nach ihren Angaben inzwischen einen persönlichen Beitrag zum Energiesparen geleistet haben.

## Studienergebnisse 2013 im Überblick (2)



- Bei der eigenen Energieversorgung sind für bayerische Verbraucher Umweltverträglichkeit und Versorgungssicherheit fast gleichbedeutend.
- Für das Energiesparen spielt das Thema „Energieeffizienz“ eine zentrale Rolle. Nahezu alle bayerischen Verbraucher achten beim Kauf von Elektrogeräten auf eine möglichst hohe Energieeffizienzklasse und nehmen dabei auch Mehrkosten in Kauf.
- Knapp 30% haben in den letzten 12 Monaten funktionsfähige Elektrogeräte aus Gründen der Energieeffizienz ausgetauscht
- 85% der bayerischen Mieter würden nach einer energetischen Gebäudesanierung eine höhere Miete akzeptieren.
- Mehr als ein Drittel der Hausbesitzer plant in den kommenden fünf Jahren eine energetische Sanierung ihres Hauses, bei Wohnungseigentümern sind es ein Viertel.
- 84% kennen den Energieausweis nicht oder halten ihn für unverständlich
- Wenn es um Informationen zu allgemeinen energiepolitischen Themen geht, nutzen die bayerischen Verbraucher am häufigsten Printmedien sowie TV/Radio.
- Knapp 90% der Verbraucher in Bayern halten Strompreise für wichtig und nur 2/3 Wärmesparen für wichtig. 2/3 halten außerdem die energetische Sanierung für wichtig und knapp 1/3 hat im letzten Jahr schon etwas in diesem Bereich getan.
- Beim Thema „Energiesparen“ beziehen sie ihre Informationen in erster Linie aus dem Internet
- Von allen Energiethemen spielt das Thema „Stromeinsparung im Haus bzw. in der Wohnung“ die wichtigste Rolle, dicht gefolgt von Höhe und Zusammensetzung der Energiepreise sowie dem Thema „Erneuerbare Energien“.
- Fast 30% der Bayern kennen die Energieberatung bzw. haben diese schon in Anspruch genommen.
- Jeder fünfte Verbraucher in Bayern versteht seine Stromabrechnung kaum oder gar nicht. Vor allem eine bessere Erklärung der Rechnungspositionen wird vorgeschlagen.
- Wenn sich die bayerischen Verbraucher über günstigere Stromtarife informieren möchten, nutzt etwa die Hälfte das Internet, unter den Jüngeren sind es fast zwei Drittel.
- Mehr als jeder Dritte hat schon einmal den Stromanbieter gewechselt oder plant dies zu tun. Wie zu erwarten, spielen wirtschaftliche Aspekte, insbesondere niedrigere Preise, die dominierende Rolle.

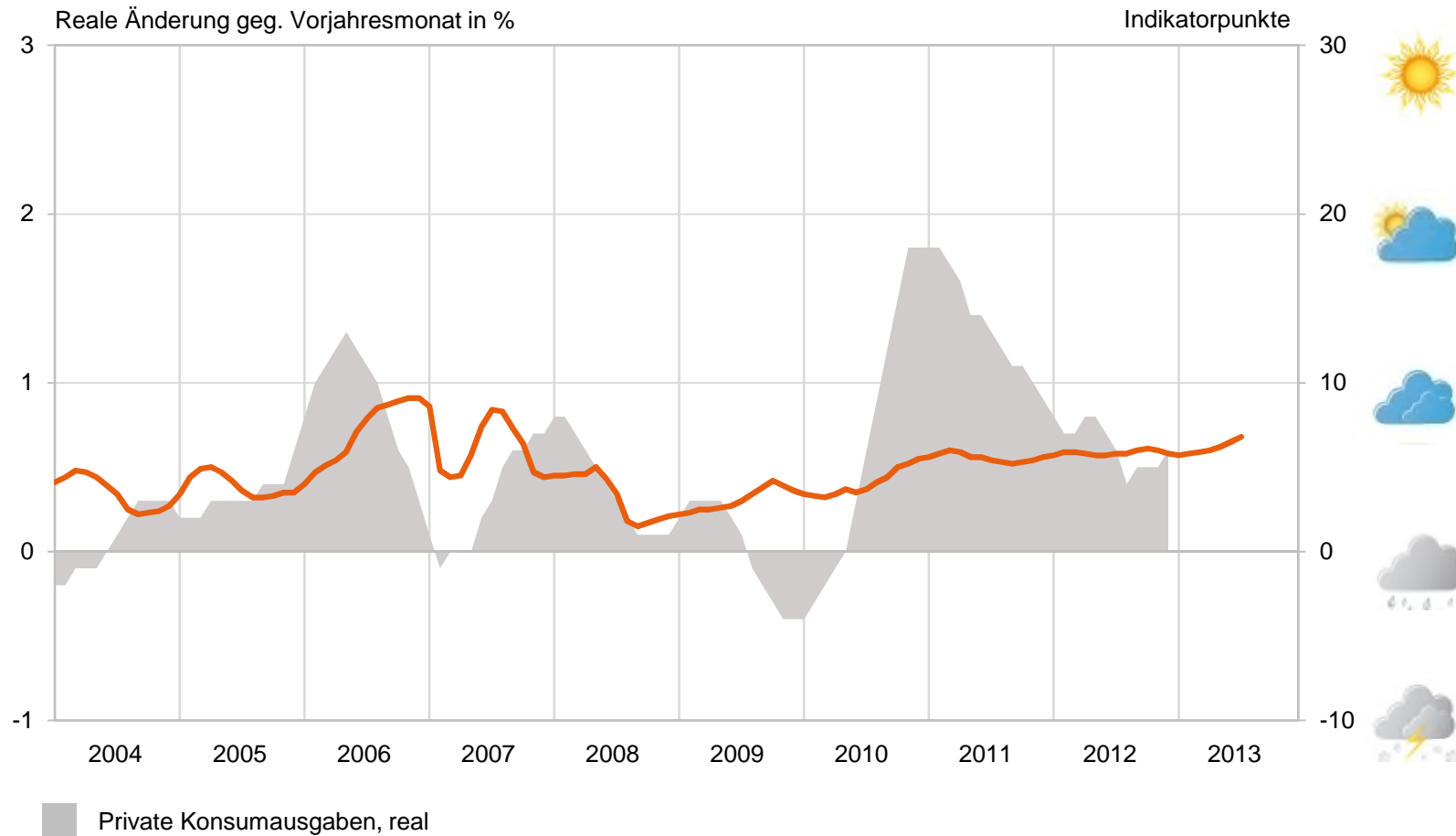
# Verbraucherstimmung in Deutschland und Bayern

2.

# Das Konsumklima in Deutschland setzt im Frühsommer seinen Aufwärtstrend fort



## GfK-Indikator Konsumklima – Deutschland



06/13

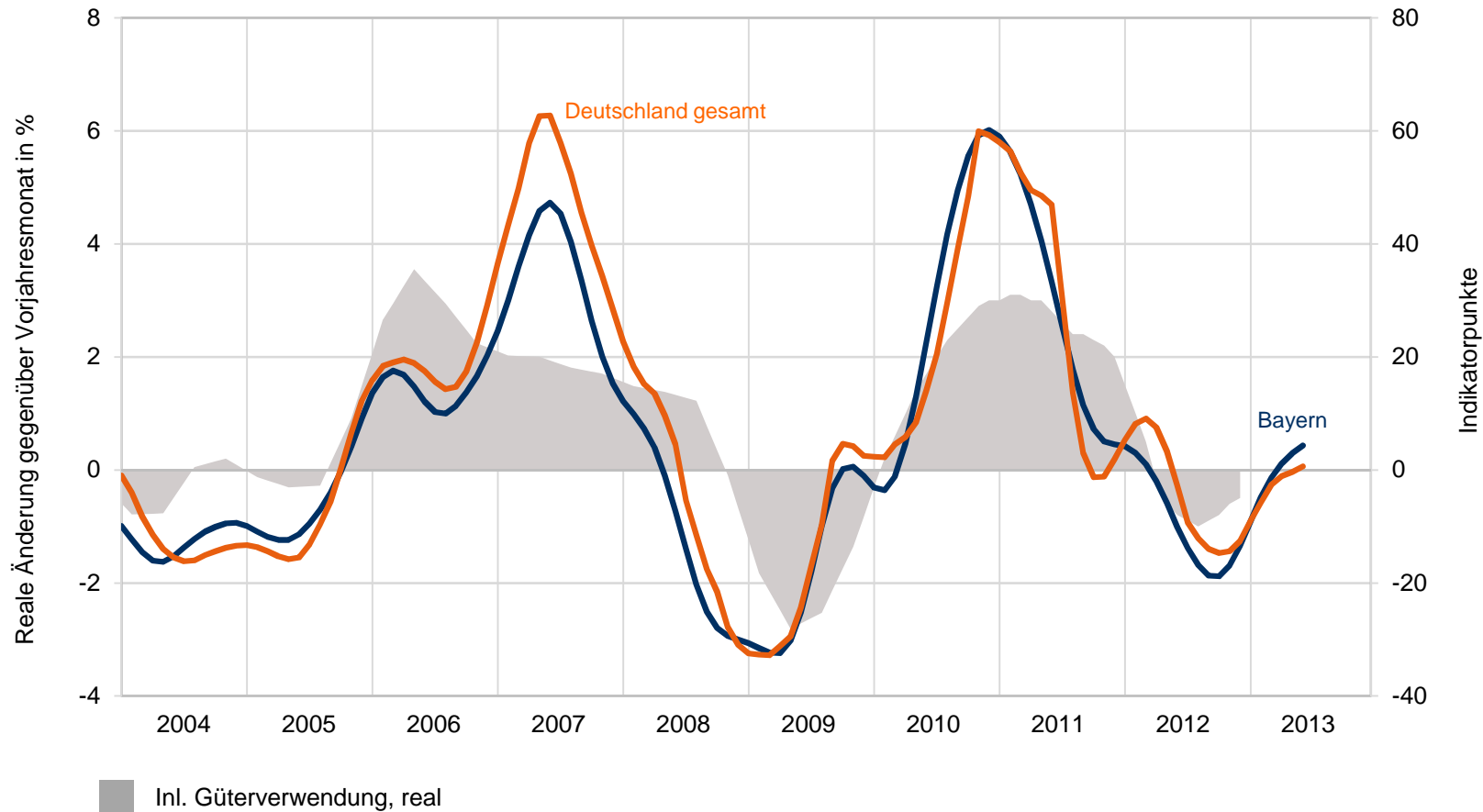
Quelle: GfK, EU-Kommission, Stat. Bundesamt

© GfK 2013 | Verbrauchermonitor Bayern | 01. August 2013 | Im Auftrag des Staatsministeriums der Justiz und für Verbraucherschutz Bayern

# Die Konjunkturaussichten werden in Bayern derzeit etwas optimistischer eingeschätzt



GfK-Indikator Konjunkturerwartung – Bayern



06/13

Quelle: GfK, EU-Kommission, Deutsche Bundesbank

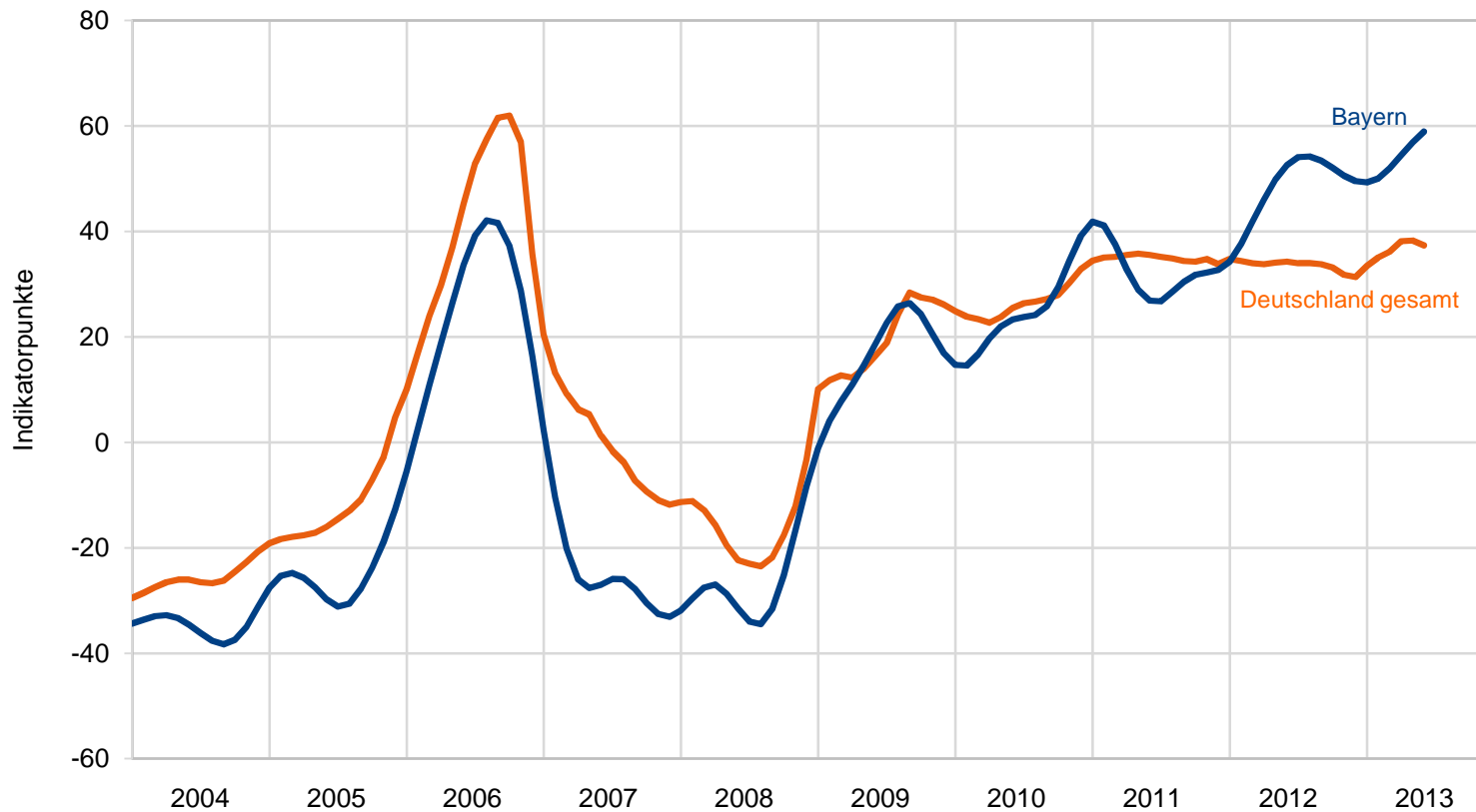
© GfK 2013 | Verbrauchermonitor Bayern | 01. August 2013 | Im Auftrag des Staatsministeriums der Justiz und für Verbraucherschutz Bayern



# Die Kauflaune ist in Bayern gegenwärtig deutlich besser als in Deutschland insgesamt



GfK-Indikator Anschaffungsneigung – Bayern



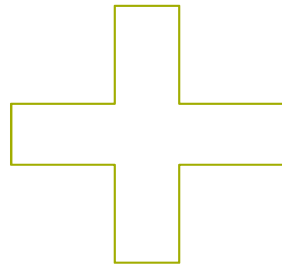
# Verbraucherstimmung ist positiv beeinflusst durch stabilen Arbeitsmarkt, Einkommenszuwächse und moderate Inflation



## Weitere Rahmenbedingungen für die Verbraucherstimmung in Deutschland

(ausgewählte Ergebnisse aus GfK-Studien und Desk Research)

- Stabile Beschäftigungssituation mindert Angst vor Jobverlust und fördert damit die Planungssicherheit bei größeren Anschaffungen
- Robuster Arbeitsmarkt sorgt für größeren Spielraum bei Tarifabschlüssen
- Moderate Inflation von derzeit etwa 1,5% stützt die Kaufkraft der Konsumenten
- Historisch niedriges Zinsniveau macht die klassische Geldanlage wenig attraktiv und fördert damit die Konsumneigung zusätzlich



- Anhaltende Rezession im Euroraum verzögert Konjunkturerholung in Deutschland
- Die Schuldenkrise hat sich zuletzt etwas entspannt, ist allerdings noch nicht gelöst und verunsichert die Bundesbürger
- Diskussionen um die Energiewende in Deutschland werden derzeit vor allem von ständig steigenden Strompreisen bestimmt, die die Budgets der privaten Haushalte belasten
- Lebensmittelskandale, wie z.B. die Verwendung von nicht deklariertem Pferdefleisch in Fertigprodukten, schwächen das Vertrauen der Verbraucher

# Verbrauchervertrauen in Bayern

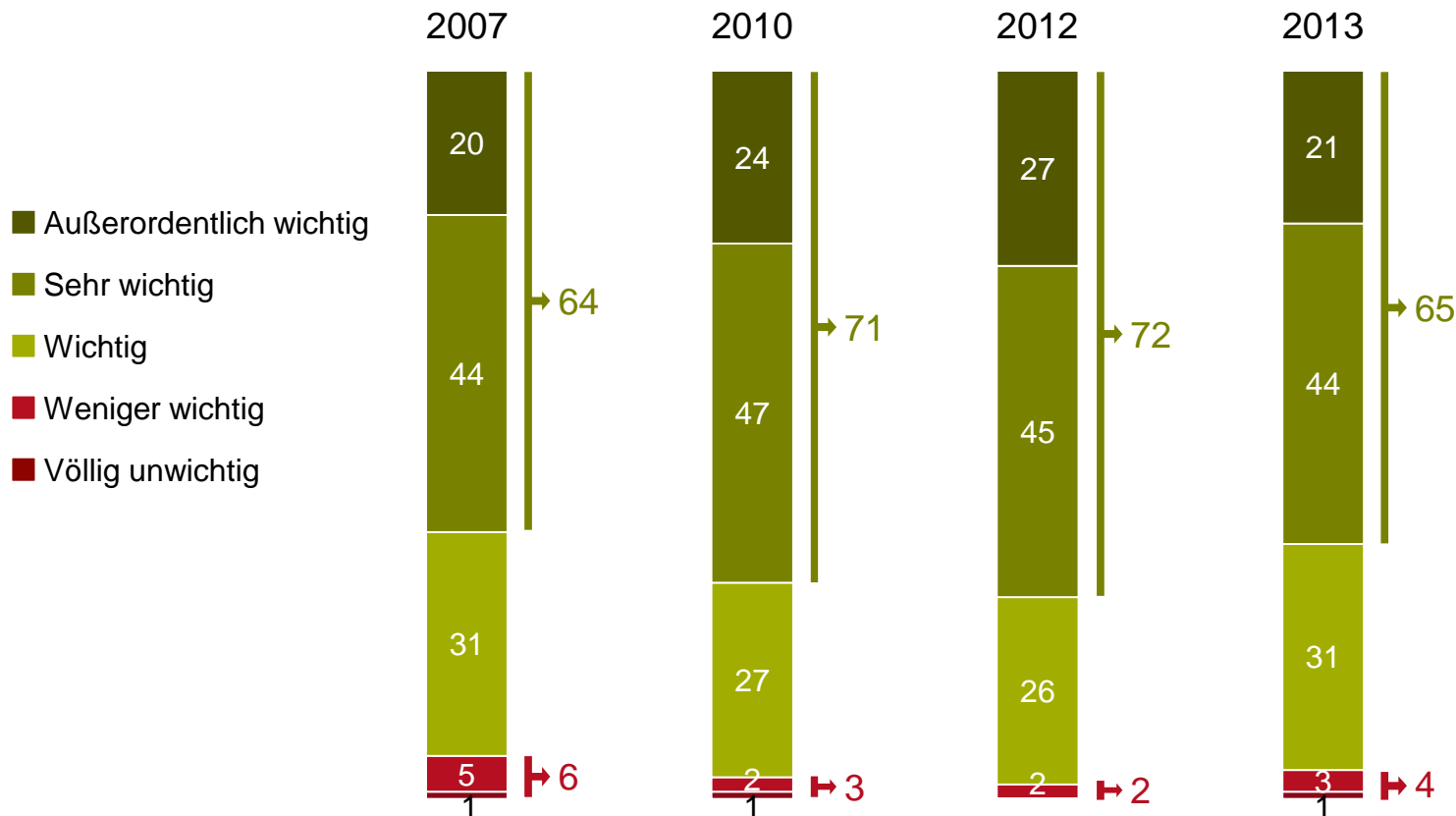
3.

# Fast zwei Drittel der bayerischen Verbraucher halten den Verbraucherschutz für sehr bzw. außerordentlich wichtig



## Wichtigkeit des Verbraucherschutzes in Bayern

Angaben in %



Anmerkung: Abweichungen zu 100% sind rundungsbedingt.

• F1 – Wie wichtig ist es für Sie, dass es in Bayern Organisationen und Einrichtungen gibt, die sich um den Schutz der Verbraucher kümmern?  
Basis 2013: 9,7 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=1.004)

# Der Verbrauchervertrauensindex wird aus vier Dimensionen berechnet



## Berechnung des Verbrauchervertrauensindex\*

### Dimensionen

### Statements

Ich vertraue darauf, dass ...

1. **Verbraucherinformation\*\***

... die Informationen und Kennzeichnungen auf Produkten und zu Dienstleistungen vollständig und richtig sind, wenn ich etwas kaufe oder Verträge abschlieÙe

2. **Lebensmittelsicherheit**

... die verfügbaren Lebensmittel ausführlich kontrolliert worden und gesundheitlich unbedenklich sind

3. **Produktsicherheit\*\***

... die angebotenen Produkte und Dienstleistungen ausreichend auf ihre Sicherheit geprüft worden sind

4. **Rechtlicher Verbraucherschutz**

... meine Rechte als Verbraucher mich bei Problemen mit Produkten, Dienstleistungen und Anbietern ausreichend schützen

## 4 Dimensionen bilden den Verbrauchervertrauensindex

\*Berechnung mittels einer Hauptkomponentenanalyse, wobei die Dimensionen „Produktsicherheit“ und „Lebensmittelsicherheit“ mit etwas höherem Gewicht in die Berechnung eingehen, da sie einen höheren Beitrag zur Erklärung der Gesamtvarianz leisten

\*\*Abfrage ab 2010 leicht verändert

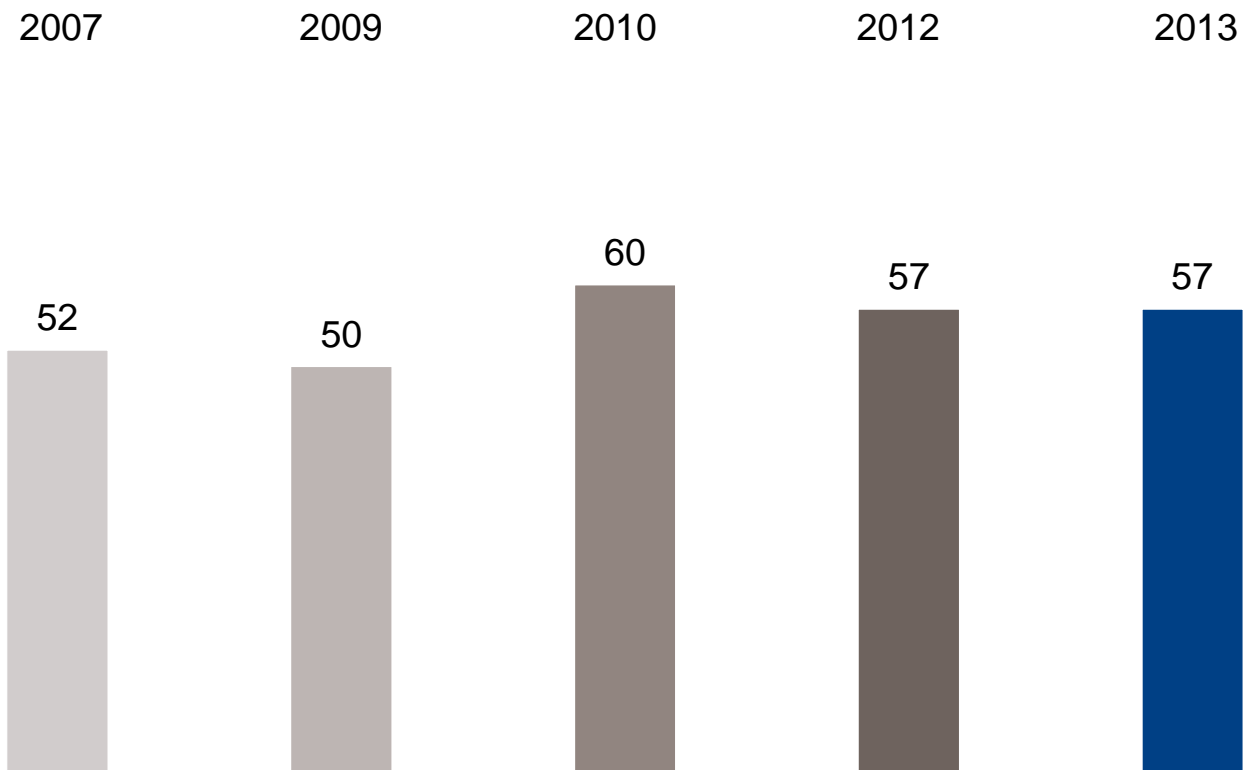
• F3\_1 bis F3\_4 – Indexberechnung

# Der Vertrauensindex in Bayern stabilisiert sich auf einem guten Niveau



Verbrauchervertrauensindex im Zeitvergleich\*  
(Index 0-100 Punkte; Darstellung der Mittelwerte)

## Gesamt



\*Abfrage und Berechnung ab 2010 leicht verändert

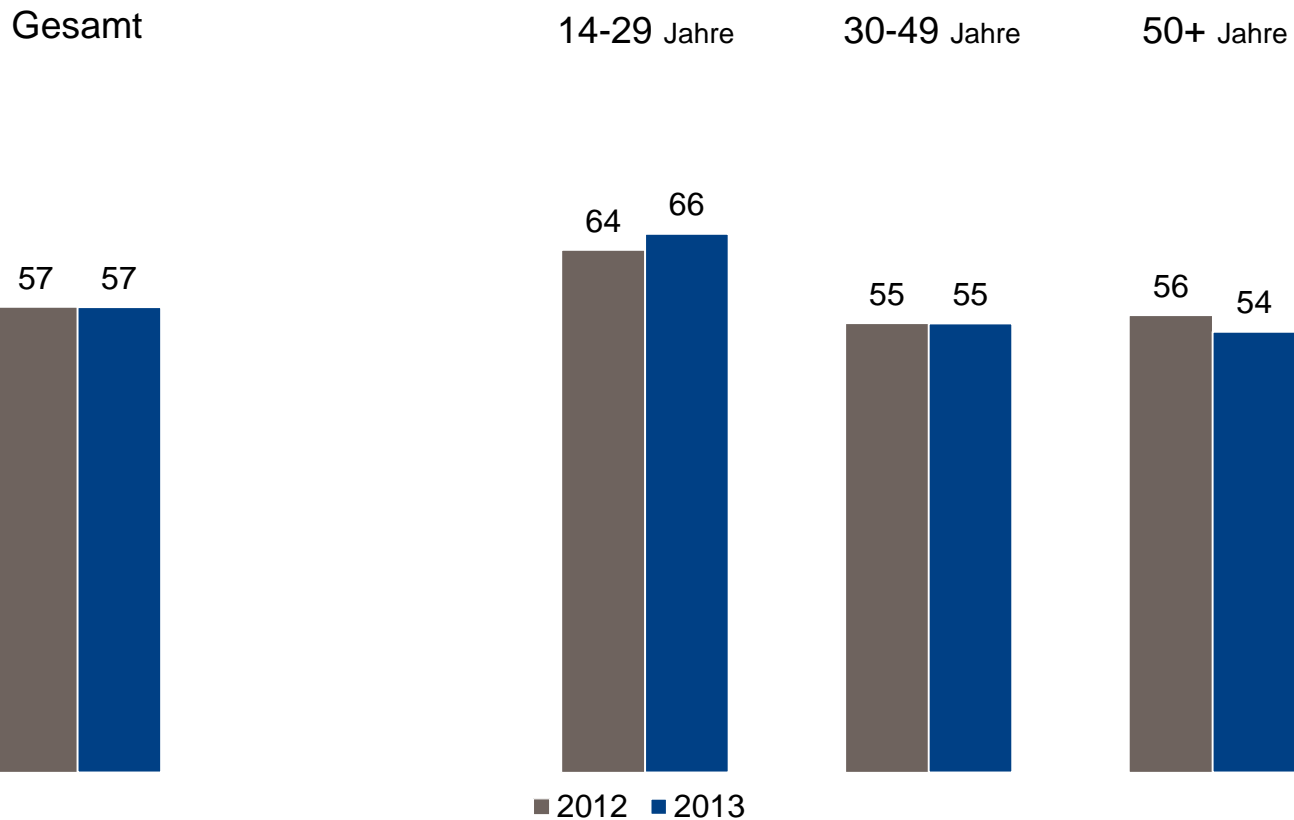
• F3\_1 bis F3\_4 – Indexberechnung; Erläuterungen zur Indexberechnung siehe Chart 79  
Basis 2013: 9,7 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=1.004)



# Ältere Verbraucher sind weiterhin skeptischer als Jüngere

Verbrauchervertrauensindex nach ausgewählten Gruppen  
(Index 0-100 Punkte; Darstellung der Mittelwerte)

## Alter



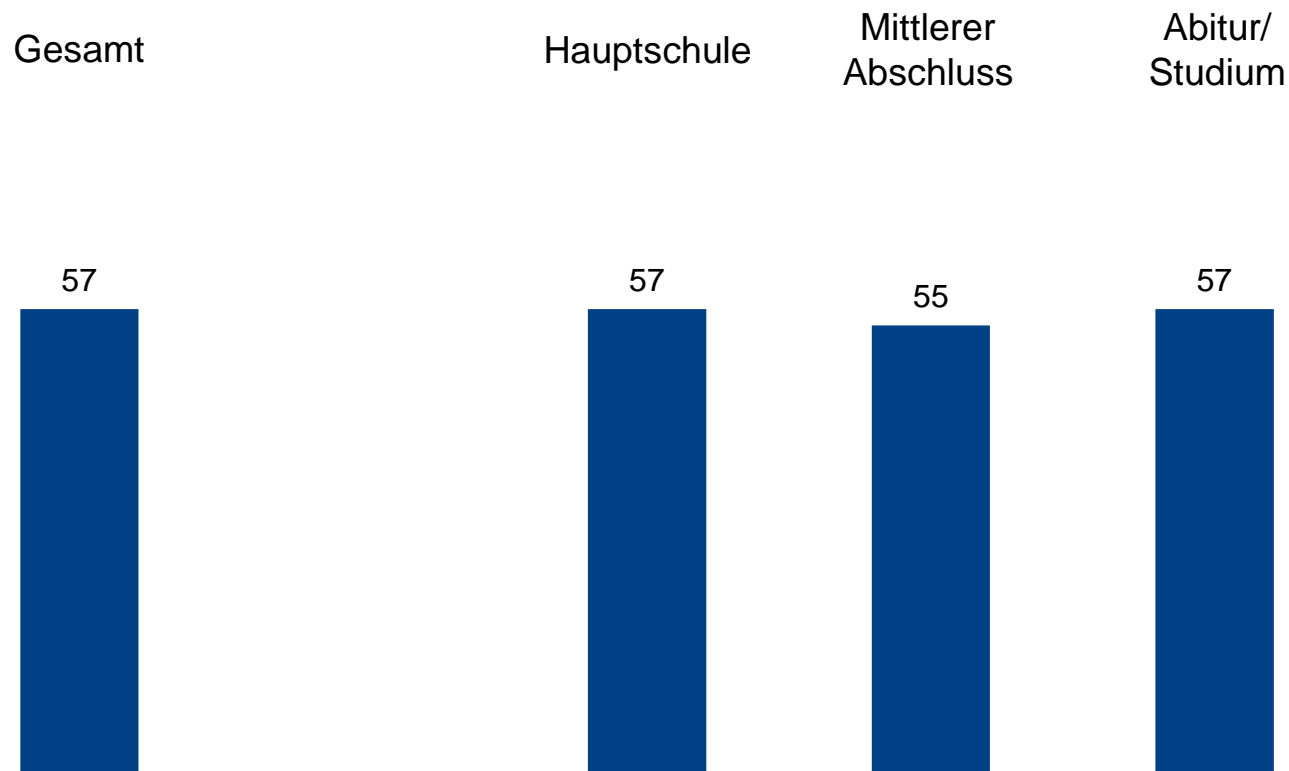
• F3\_1 bis F3\_4 – Indexberechnung; Erläuterungen zur Indexberechnung siehe Chart 79 • S2 – Darf ich Sie fragen, wie alt Sie sind?  
Basis 2013: 9,7 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=1.004)

# Das Vertrauen in den Verbraucherschutz zeigt hinsichtlich der Bildung keine signifikanten Unterschiede



Verbrauchervertrauensindex nach ausgewählten Gruppen  
(Index 0-100 Punkte; Darstellung der Mittelwerte)

## Bildung



• F3\_1 bis F3\_4 – Indexberechnung; Erläuterungen zur Indexberechnung siehe Chart 79  
Basis 2013: 9,7 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=1.004)



# Das Vertrauen in die gesundheitliche Unbedenklichkeit von Lebensmitteln in Bayern nimmt leicht zu

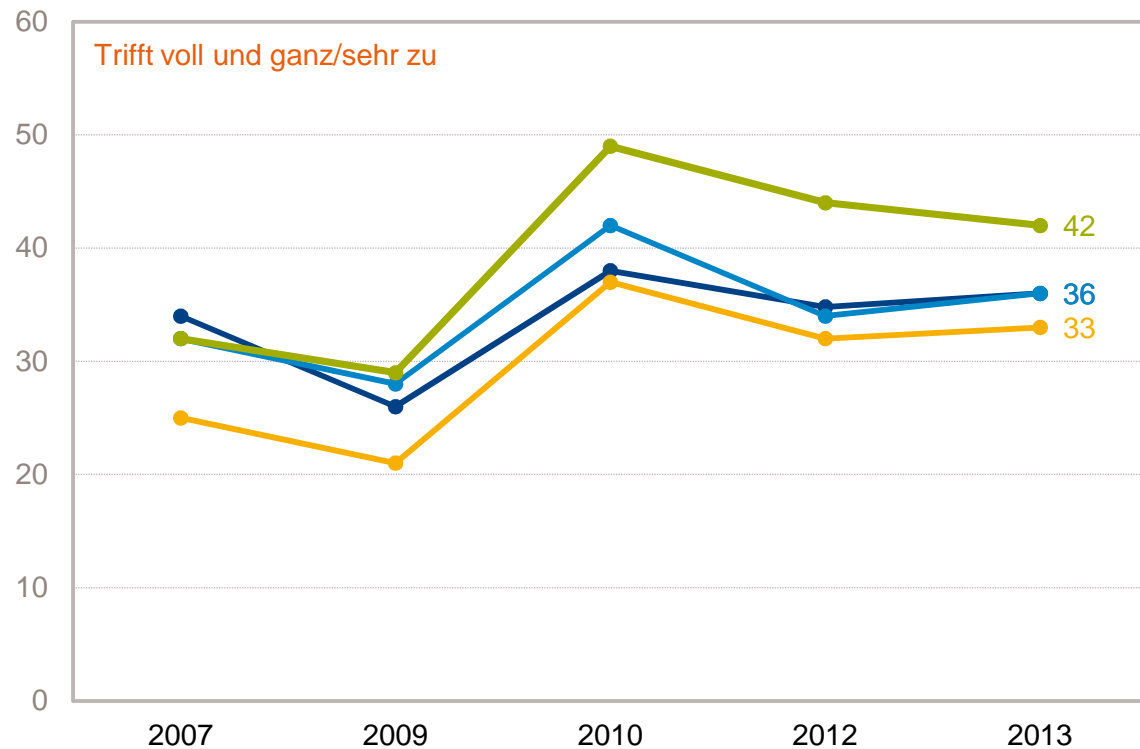


## Verbrauchervertrauensindex, Einzelindikatoren

Angaben in %

### Ich vertraue darauf, dass ...

- ... die Informationen und Kennzeichnungen auf Produkten und zu Dienstleistungen vollständig und richtig sind, wenn ich etwas kaufe oder Verträge abschlieÙe\*
- ... die verfügbaren Lebensmittel ausführlich kontrolliert worden und gesundheitlich unbedenklich sind
- ... die angebotenen Produkte und Dienstleistungen ausreichend auf ihre Sicherheit geprüft worden sind\*
- ... meine Rechte als Verbraucher mich bei Problemen mit Produkten, Dienstleistungen und Anbietern ausreichend schützen



\*Abfrage ab 2010 leicht verändert

• F3\_1 bis F3\_4 – Indexberechnung

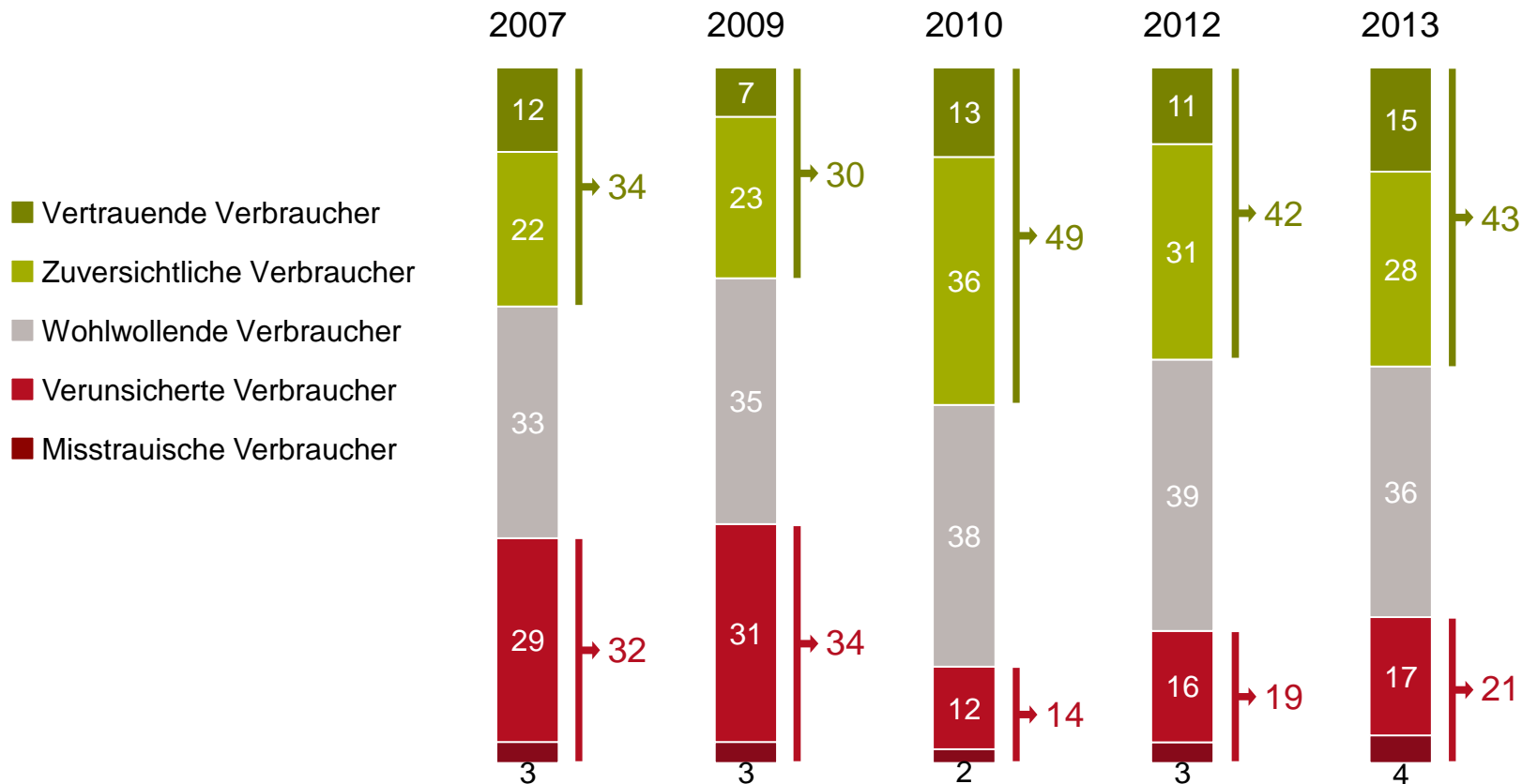
Basis 2013: 9,7 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=1.004)

# Der Anteil der vertrauenden Verbraucher stabilisiert sich bei gut 40%



## Verbrauchervertrauensindex - Vertrauenstypen\*

Angaben in %



Anmerkung: Abweichungen zu 100% sind rundungsbedingt

\*Abfrage und Berechnung ab 2010 leicht verändert, • F3\_1 bis F3\_4 – Indexberechnung siehe Chart 79

Basis 2013: 9,7 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=1.004)

# Handlungsbedarf für den Verbraucherschutz in Bayern

4.

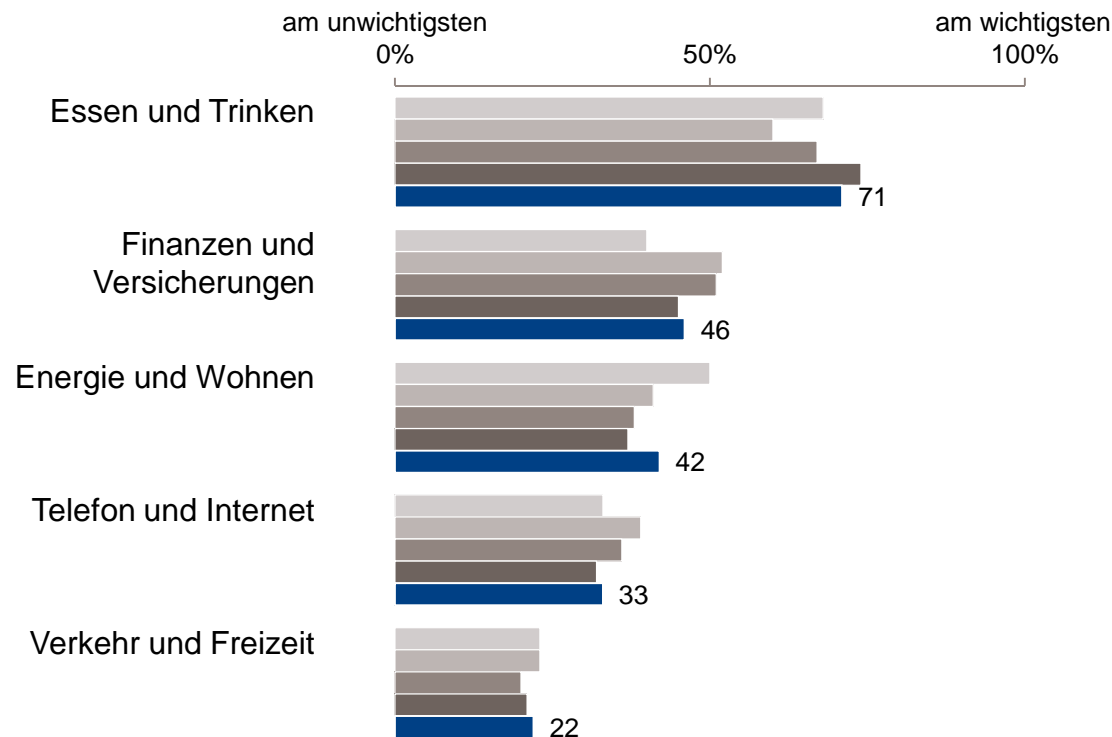
# Energie und Wohnen gewinnt im Jahresvergleich deutlich an Bedeutung



## Relative Wichtigkeit der Handlungsfelder

Angaben in %

■ 2007 ■ 2009 ■ 2010 ■ 2012 ■ 2013



- Die relative Wichtigkeit zeigt auf einer Skala von 0% bis 100%, wie hoch die Bedeutung jedes Bereiches für den Verbraucherschutz aus Sicht der Verbraucher ist.
- Ein Ergebnis von 0% bedeutet, dass dieser Bereich für alle Verbraucher am unwichtigsten ist, bei 100% ist der Bereich für alle Verbraucher am wichtigsten.
- Dabei sind die Abstände in ihrer Höhe interpretierbar: Essen und Trinken ist der wichtigste Bereich. Am zweitwichtigsten ist der Bereich Finanzen und Versicherungen, mit nahezu gleicher Relevanz folgt der Bereich Energie und Wohnen
- Lebensmittel müssen also weiter ein essentieller Schwerpunkt im Verbraucherschutz sein; Finanzen und Versicherungen bleiben durch die Finanzkrise im Fokus. Der Bereich Energie und Wohnen muss stärker als bisher beachtet werden.

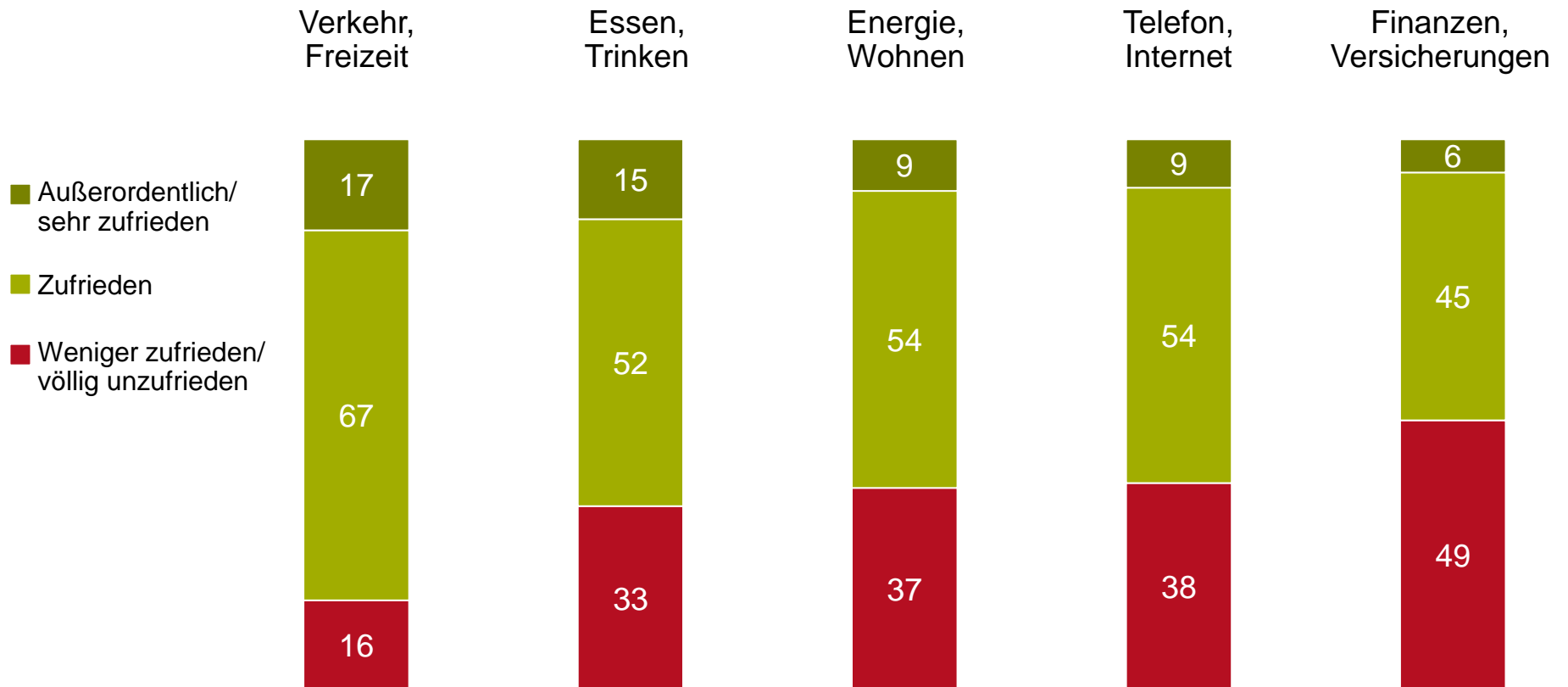
• F4 – Bei welchem der folgenden beiden Lebensbereiche ist nach Ihrer Einschätzung Verbraucherschutz am meisten erforderlich? Und wie leicht ist Ihnen die Entscheidung gefallen?  
Basis 2013: 9,7 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=1.004)

# Die größte Unzufriedenheit mit dem Verbraucherschutz zeigt sich bei Finanzen und Versicherungen



## Zufriedenheit mit dem Verbraucherschutz in den Bereichen

Angaben in %



Anmerkung: Abweichungen zu 100% sind rundungsbedingt

• XGES – Ganz allgemein: Wie zufrieden sind Sie mit dem Schutz der Verbraucherinteressen in den Bereichen • Essen und Trinken • Energie und Wohnen • Telefon und Internet • Verkehr und Freizeit • Finanzen und Versicherungen? (ohne „kann ich nicht beurteilen/keine Angabe“)

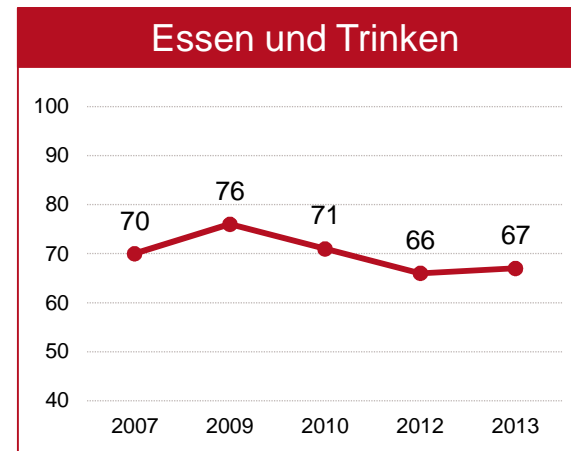
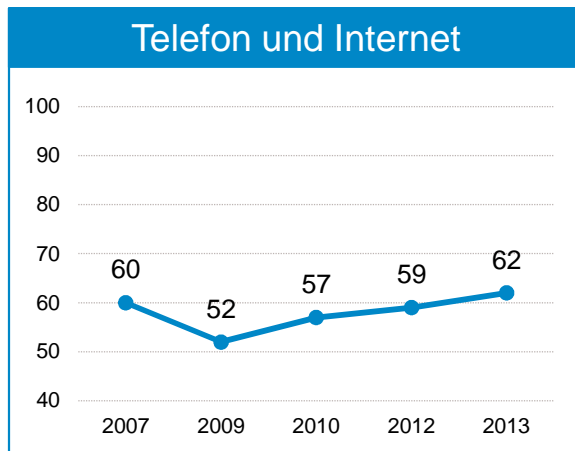
Basis 2013: 9,7 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=1.004)

# Insbesondere bei Telefon und Internet hat die Zufriedenheit mit dem Verbraucherschutz seit 2009 spürbar zugenommen



## Zufriedenheit mit dem Verbraucherschutz in den Bereichen

Angaben in %



Top 3–Nennungen auf der Skala:

- 1 = Außerordentlich zufrieden
- 2 = Sehr zufrieden
- 3 = Zufrieden
- 4 = Weniger zufrieden
- 5 = Völlig unzufrieden

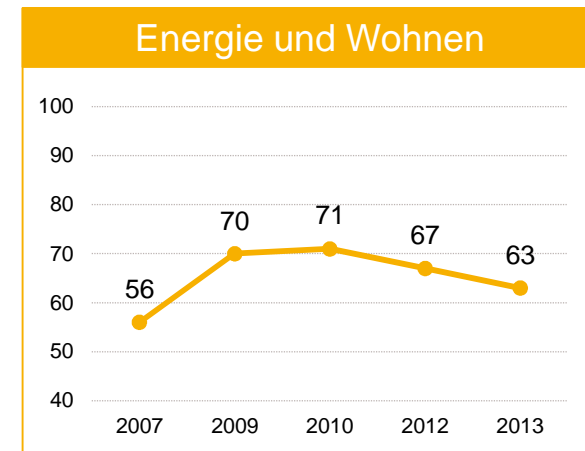
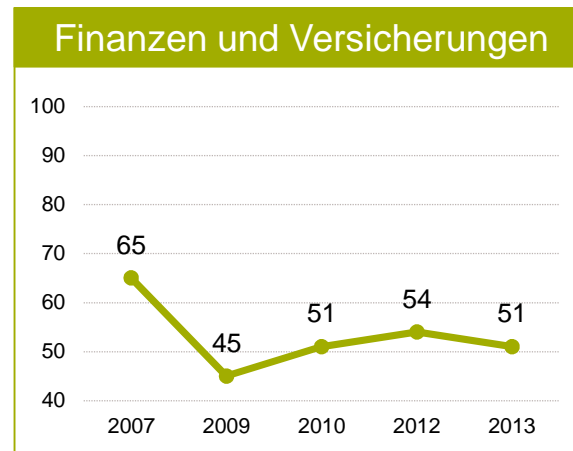
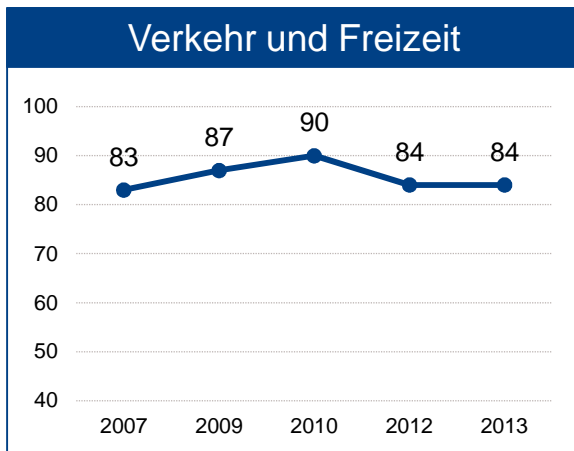
• XGES – Ganz allgemein: Wie zufrieden sind Sie mit dem Schutz der Verbraucherinteressen in den Bereichen • Essen und Trinken • Energie und Wohnen • Telefon und Internet • Verkehr und Freizeit • Finanzen und Versicherungen? (ohne „kann ich nicht beurteilen/keine Angabe“)  
Basis 2013: 9,7 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=1.004)

# Die Zufriedenheit mit dem Verbraucherschutz bei Energie und Wohnen hat dagegen seit 2010 abgenommen



## Zufriedenheit mit dem Verbraucherschutz in den Bereichen

Angaben in %



Top 3–Nennungen auf der Skala:

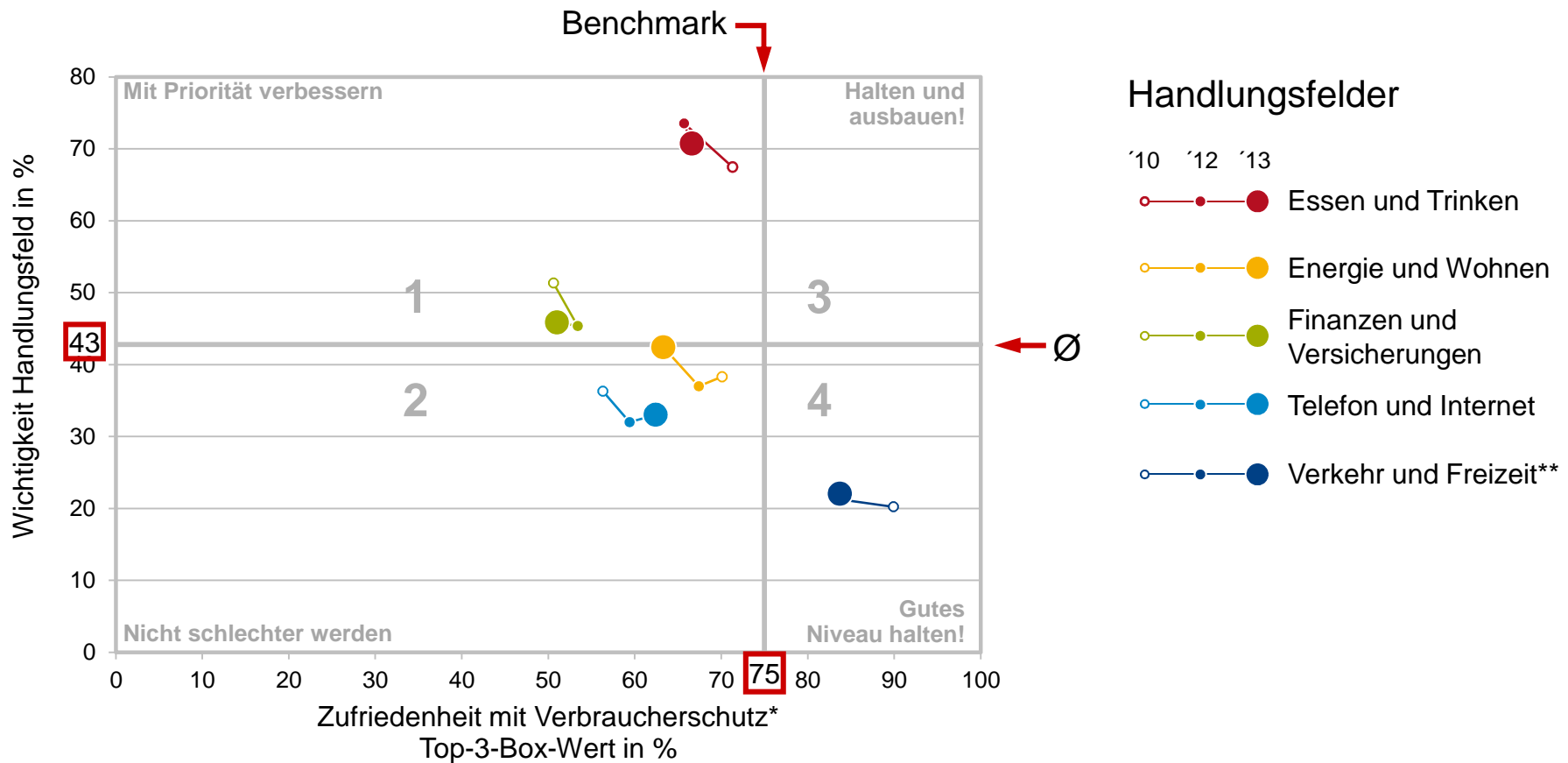
- 1 = Außerordentlich zufrieden
- 2 = Sehr zufrieden
- 3 = Zufrieden
- 4 = Weniger zufrieden
- 5 = Völlig unzufrieden

• XGES – Ganz allgemein: Wie zufrieden sind Sie mit dem Schutz der Verbraucherinteressen in den Bereichen • Essen und Trinken • Energie und Wohnen • Telefon und Internet • Verkehr und Freizeit • Finanzen und Versicherungen? (ohne „kann ich nicht beurteilen/keine Angabe“)  
 Basis 2013: 9,7 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=1.004)

# Erste Priorität hat weiterhin „Essen und Trinken“, aber auch Finanz- und Energiethemen müssen berücksichtigt werden



Portfolio Zufriedenheit mit Verbraucherschutz/Wichtigkeit der Handlungsfelder - Gesamt



\*Ø XGES (außerordentlich/sehr zufrieden, zufrieden) über alle Handlungsfelder (ohne „kann ich nicht beurteilen/keine Angabe“)

\*\*Bei Verkehr und Freizeit sind die Werte 2012 und 2013 identisch

• F4, XGES - Bei welchem der folgenden beiden Lebensbereiche ist nach Ihrer Einschätzung Verbraucherschutz am meisten erforderlich? Und wie leicht ist Ihnen die Entscheidung gefallen? Ganz allgemein: Wie zufrieden sind Sie mit dem Schutz der Verbraucherinteressen in den Bereichen • Essen und Trinken • Energie und Wohnen • Telefon und Internet • Verkehr und Freizeit • Finanzen und Versicherungen?

Basis 2013: 9,7 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=1.004)



# Akteure und Information

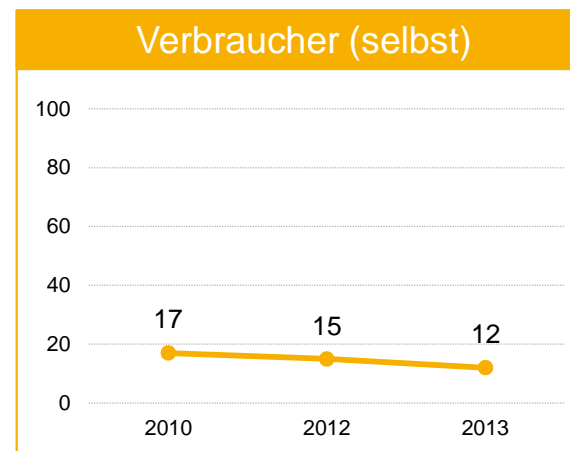
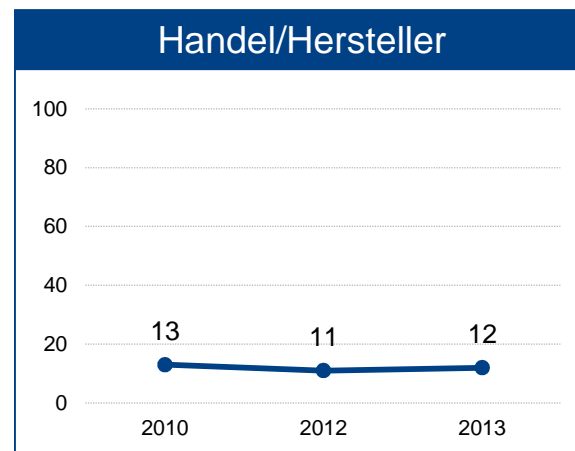
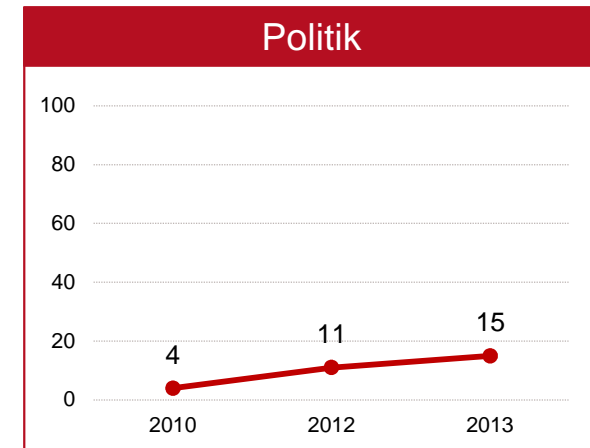
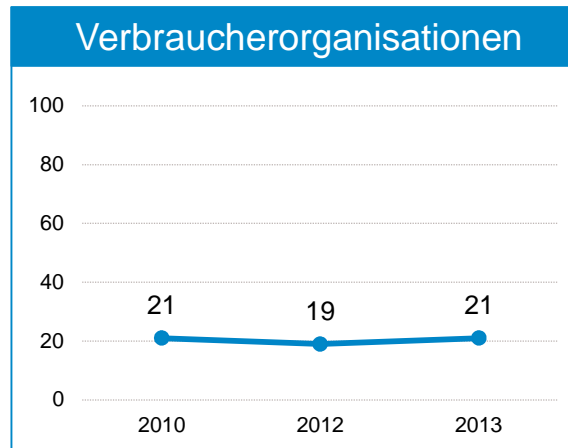
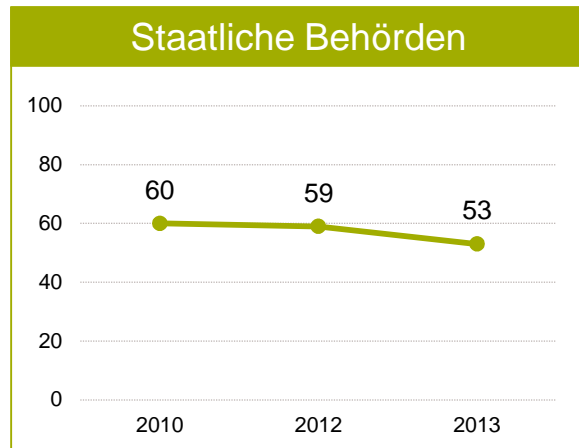
5.

# Beim Verbraucherschutz sehen die Konsumenten in erster Linie den Staat in der Pflicht



## Zuständigkeit der Akteure (Top 5 Nennungen)

Ungestützte Abfrage | Mehrfachnennungen | in %



Keine Angabe 11% (10% in 2012)

• F5a – Ganz allgemein gefragt: Wer ist Ihrer Meinung nach für den Verbraucherschutz zuständig?

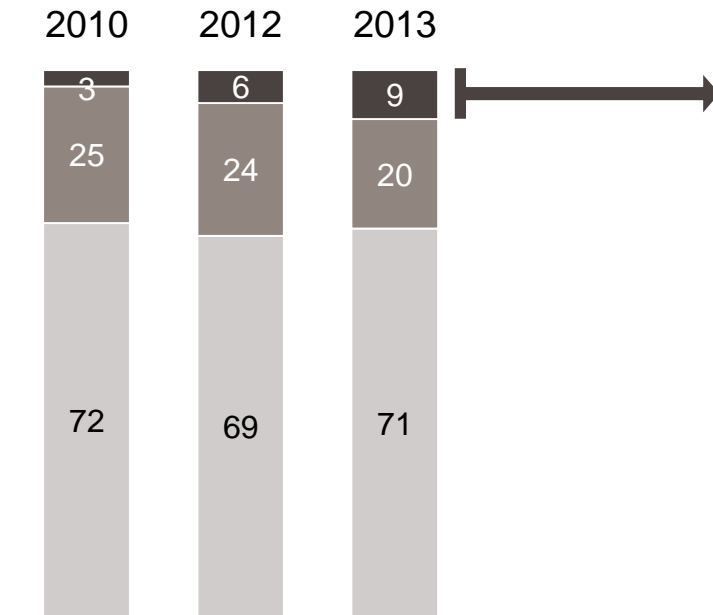
Basis 2013: 9,7 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=1.004)

# Die Anzahl der Nutzer des VIS Bayern sowie deren Zufriedenheit steigen deutlich an



## Nutzung VIS Bayern

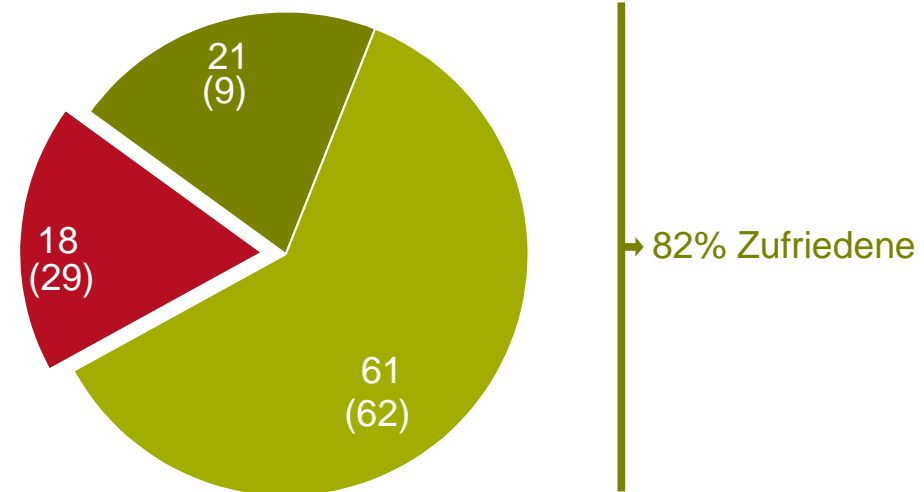
Angaben in %



- Ja, habe ich schon genutzt
- Nein, habe aber schon davon gehört
- Nein, kenne ich nicht

## Zufriedenheit der Nutzer mit VIS Bayern (Werte des Vorjahres in Klammern)

Angaben in %



- Außerordentlich/sehr zufrieden
- Zufrieden
- Weniger zufrieden/völlig unzufrieden

Anmerkung: Abweichungen zu 100% sind rundungsbedingt

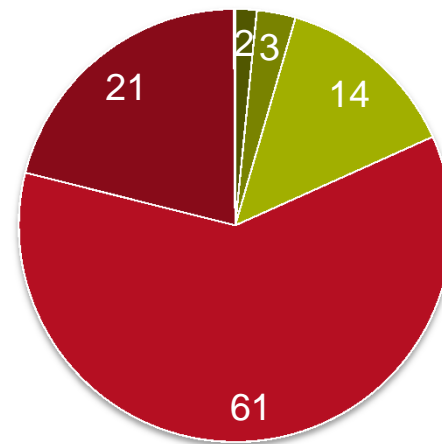
• F10 – Haben Sie schon einmal das Internetangebot „Verbraucherportal VIS Bayern“ genutzt, um sich als Verbraucher zu informieren? • F11 – Wie zufrieden waren Sie insgesamt mit den Informationen, die Sie beim Internetangebot „Verbraucherportal VIS Bayern“ erhalten haben? (ohne „kann ich nicht beurteilen/keine Angabe“)  
Basis 2013: 9,7 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=1.004) bzw. 0,9 Mio. Verbraucher in Bayern, die das VIS bereits genutzt haben (n=92)

# Etwa jeder Fünfte hat die Beratungsstellen der Verbraucherzentrale bzw. des VerbraucherService schon genutzt



## Nutzung der Beratungsstelle der Verbraucherzentrale bzw. des VerbraucherService

Angaben in %



- Ja, innerhalb der letzten 3 Monate genutzt
- Ja, vor mehr als 3, aber weniger als 12 Monate genutzt
- Ja, vor mehr als 12 Monaten genutzt
- Nein, habe aber schon davon gehört
- Nein, kenne ich nicht

Anmerkung: Abweichungen zu 100% sind rundungsbedingt

• F12 – Haben Sie eine Beratungsstelle der Verbraucherzentrale bzw. des VerbraucherService Bayern schon einmal zur Information oder Beratung genutzt oder haben Sie zumindest schon einmal davon gehört?

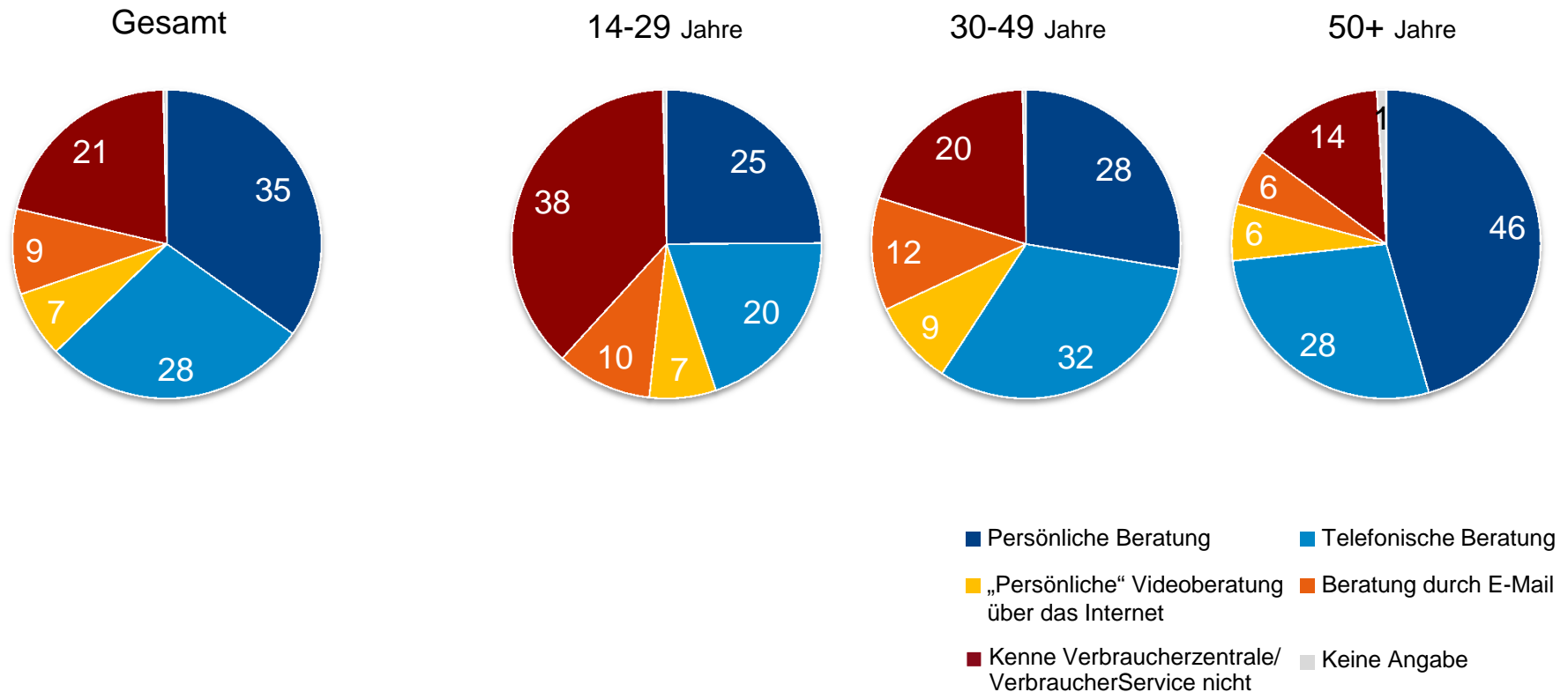
Basis 2013: 9,7 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=1.004)

# Die persönliche Beratung wird vor allem von älteren Verbrauchern bevorzugt



## Bevorzugte Beratungsmöglichkeit bei der Verbraucherzentrale bzw. des VerbraucherService

Angaben in %



Anmerkung: Abweichungen zu 100% sind rundungsbedingt

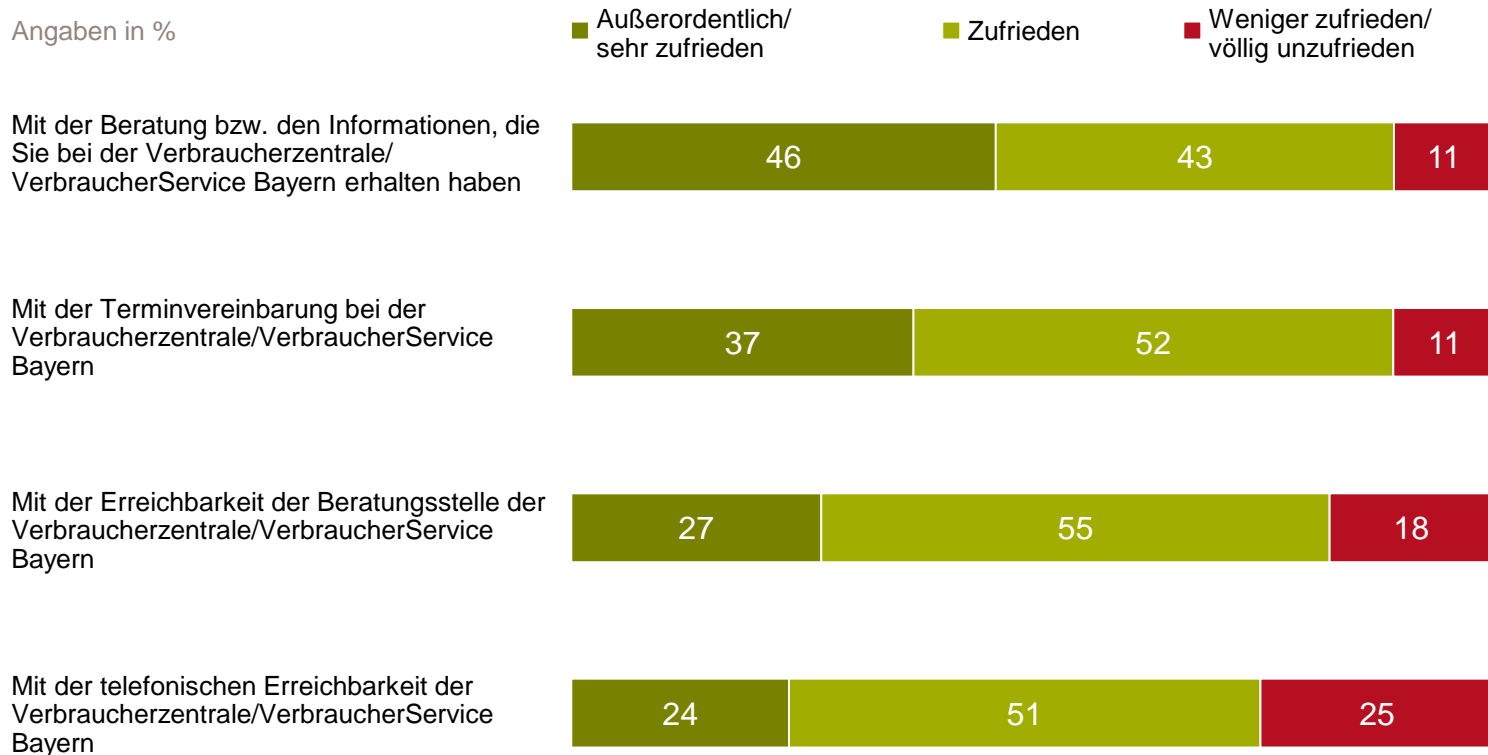
• F12 – Haben Sie eine Beratungsstelle der Verbraucherzentrale bzw. des VerbraucherService Bayern schon einmal zur Information oder Beratung genutzt oder haben Sie zumindest schon einmal davon gehört? • F12b – Stellen Sie sich einmal vor, Sie brauchen (erneut) einen konkreten Rat von der Verbraucherzentrale bzw. des VerbraucherService Bayern, welche der folgenden Beratungsmöglichkeiten bevorzugen Sie?

Basis 2013: 9,7 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=1.004)

Fast 90% der Nutzer der Verbraucherzentrale/des Verbraucher-Service Bayern sind mit deren Beratungsleistung zufrieden; etwas weniger zufrieden sind sie mit der Erreichbarkeit



### Zufriedenheit mit der Beratungsstelle



Anmerkung: Abweichungen zu 100% sind rundungsbedingt; ohne „kann ich nicht beurteilen/keine Angabe“

• F12a – Wie zufrieden waren Sie mit den folgenden Punkten bei der Beratungsstelle der Verbraucherzentrale bzw. des VerbraucherService Bayern  
Basis 2013: 1,8 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren, die die Verbraucherzentrale/Verbraucherservice schon einmal genutzt haben (n=206)

# Energiepolitik und Akzeptanz

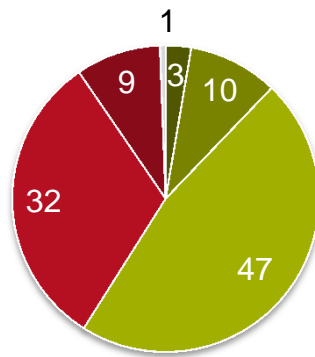
6.

# 60% der bayerischen Verbraucher fühlen sich beim Thema Energiewende gut bis ausgezeichnet informiert



## Informationspolitik

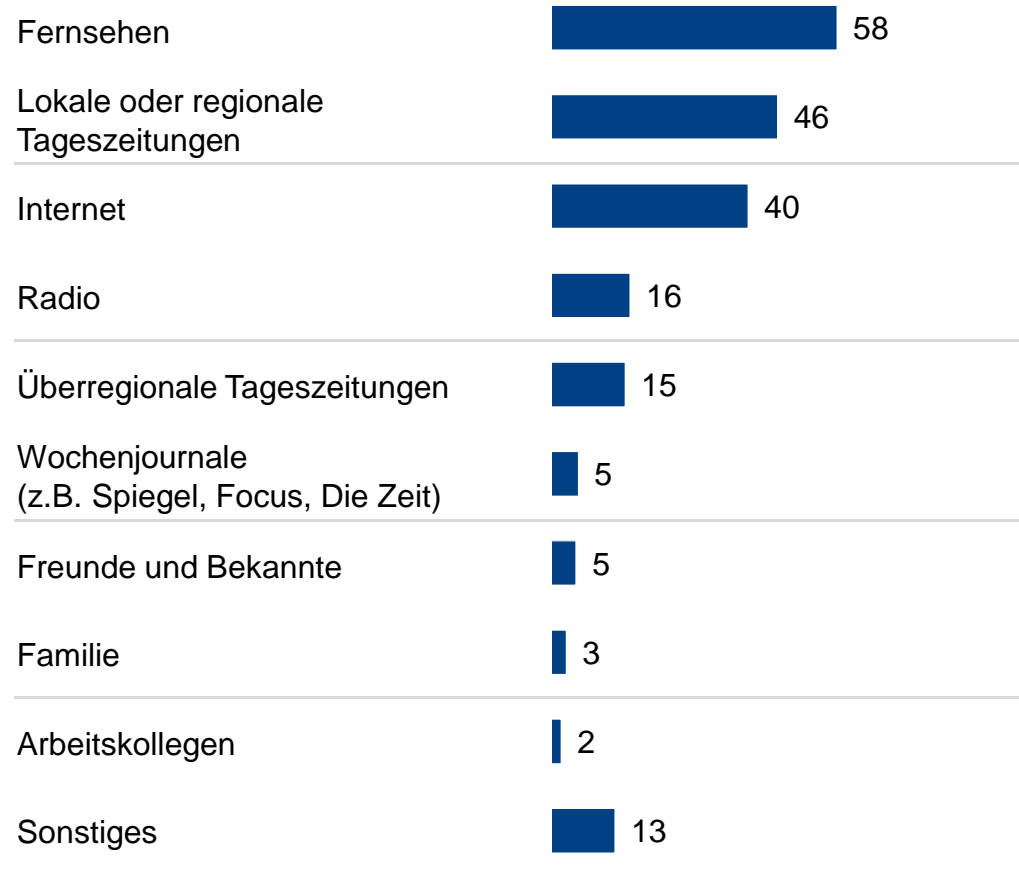
Angaben in %



- Ausgezeichnet
- Sehr gut
- Gut
- Eher schlecht
- Sehr schlecht
- Keine Angabe

## Genutzte Informationsquellen

Ungestützte Abfrage | Mehrfachnennungen | in %



Anmerkung: Abweichungen zu 100% sind rundungsbedingt

• E1 – Wie gut informiert fühlen Sie sich generell zum Thema Energiewende? • E2 – Unabhängig davon, wie gut oder schlecht Sie sich informiert fühlen, interessiert uns, woher Sie Ihre Informationen über die Energiewende erhalten. Bitte sagen Sie mir welche Informationsquellen Sie hierzu innerhalb der letzten drei Monate genutzt haben.  
Basis 2013: 9,7 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=1.004)

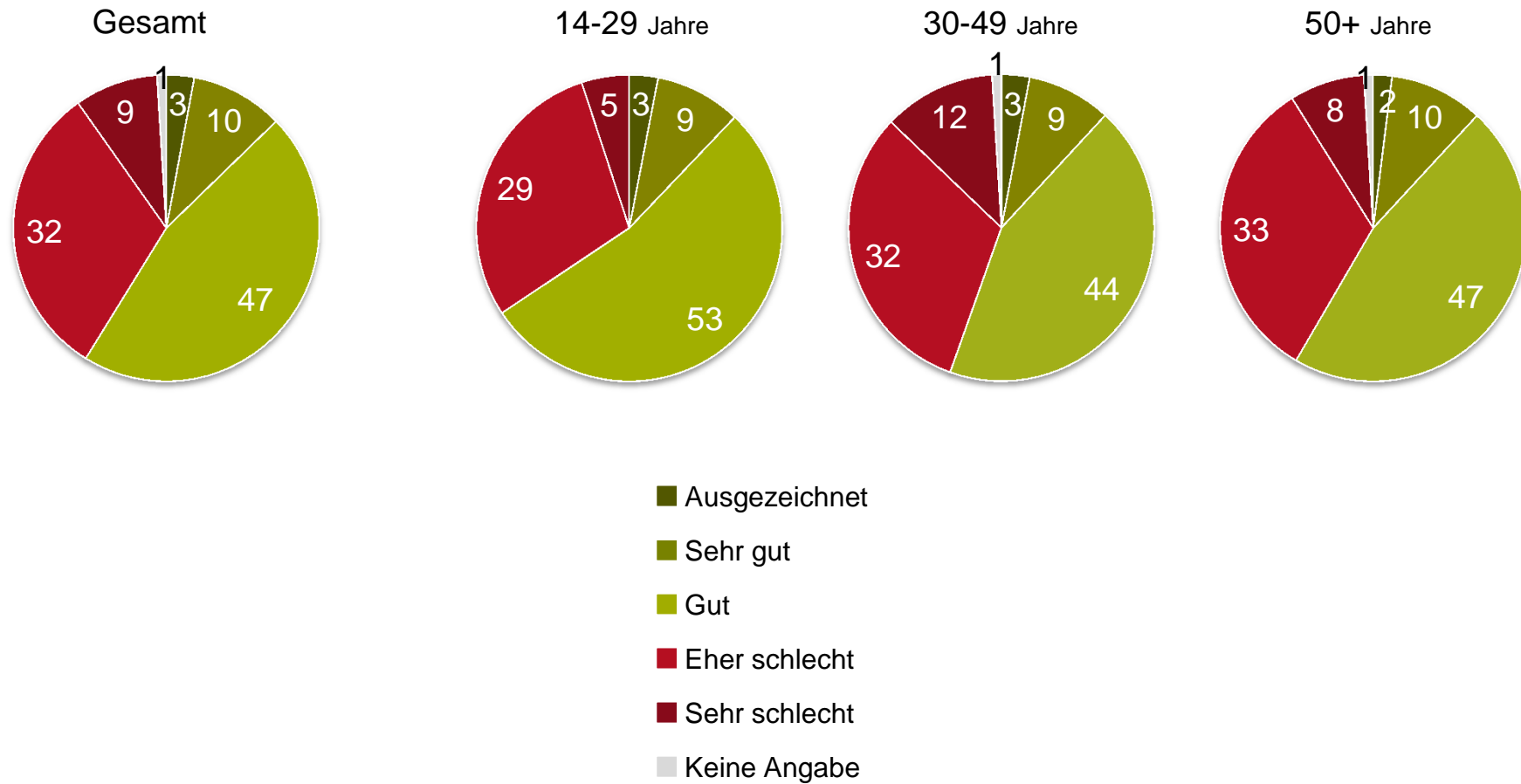


# Jüngere bayerische Verbraucher unter 30 Jahren fühlen sich beim Thema Energiewende besser informiert



## Informationspolitik

Angaben in %



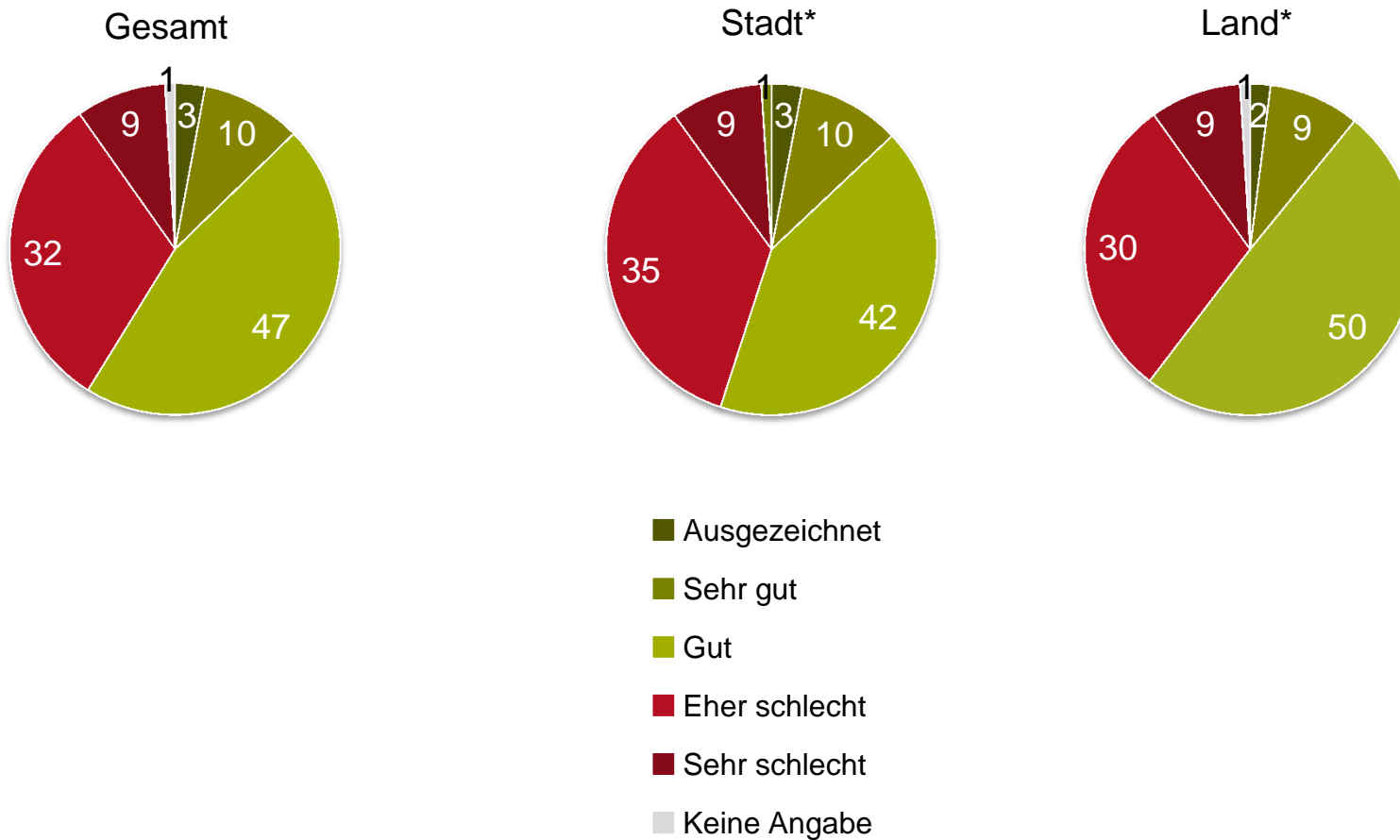
Anmerkung: Abweichungen zu 100% sind rundungsbedingt  
 • E1 – Wie gut informiert fühlen Sie sich generell zum Thema Energiewende?  
 Basis 2013: 9,7 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=1.004)

# Auf dem Land fühlt man sich besser informiert zum Thema Energiewende als in der Stadt



## Informationspolitik

Angaben in %



\*Definition: Stadt = mehr als 20.000 Einwohner, Land = unter 20.000 Einwohner; Anmerkung: Abweichungen zu 100% sind rundungsbedingt

• E1 – Wie gut informiert fühlen Sie sich generell zum Thema Energiewende?

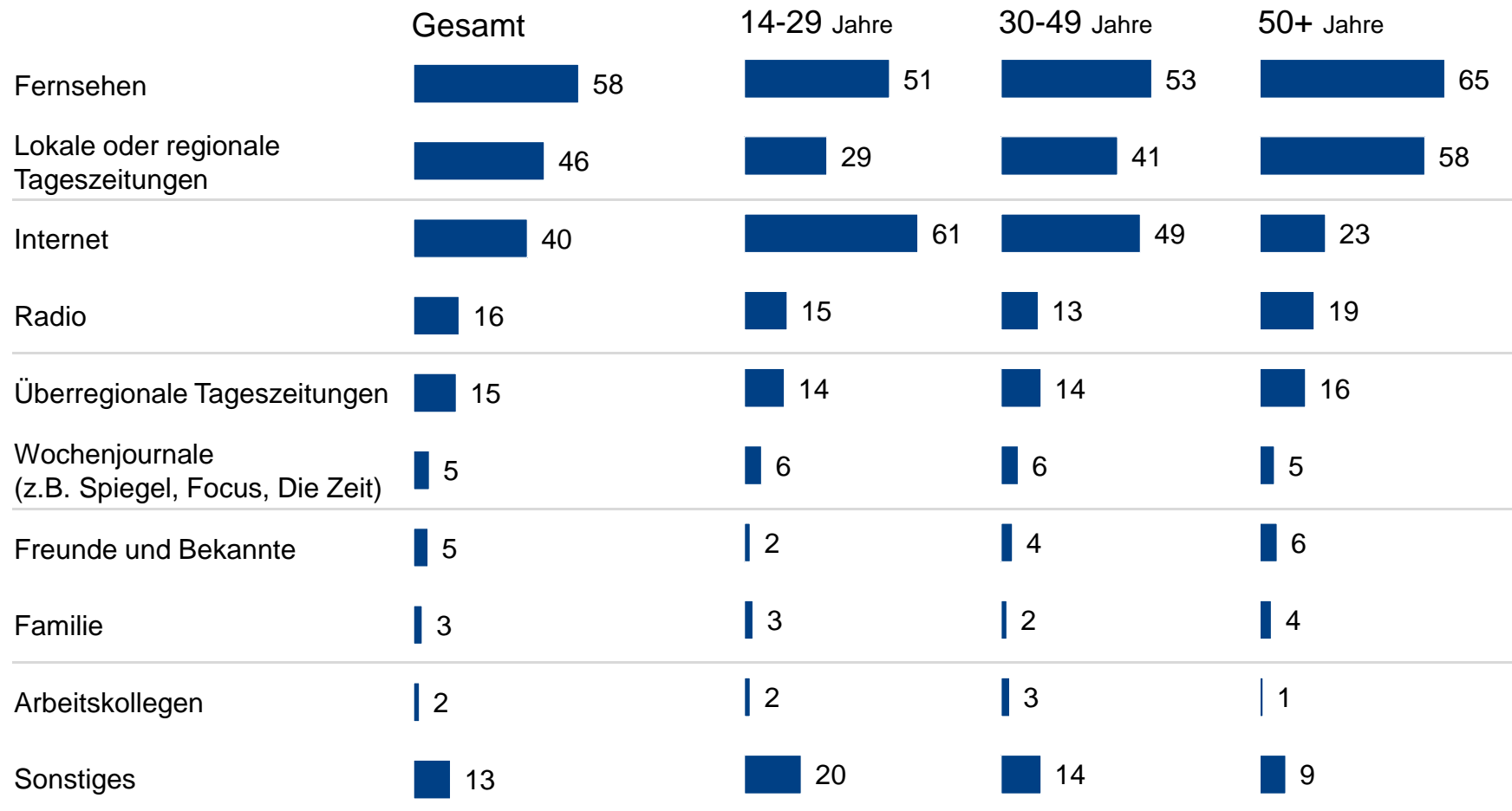
Basis 2013: 9,7 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=1.004)

# Ältere präferieren das Fernsehen sowie regionale Tageszeitungen als Informationsquelle zur Energiewende, Jüngere dagegen das Internet



## Genutzte Informationsquellen

Ungestützte Abfrage | Mehrfachnennungen | in %



Anmerkung: Abweichungen zu 100% sind rundungsbedingt

• E2 – Unabhängig davon, wie gut oder schlecht Sie sich informiert fühlen, interessiert uns, woher Sie Ihre Informationen über die Energiewende erhalten. Bitte sagen Sie mir welche Informationsquellen Sie hierzu innerhalb der letzten drei Monate genutzt haben.

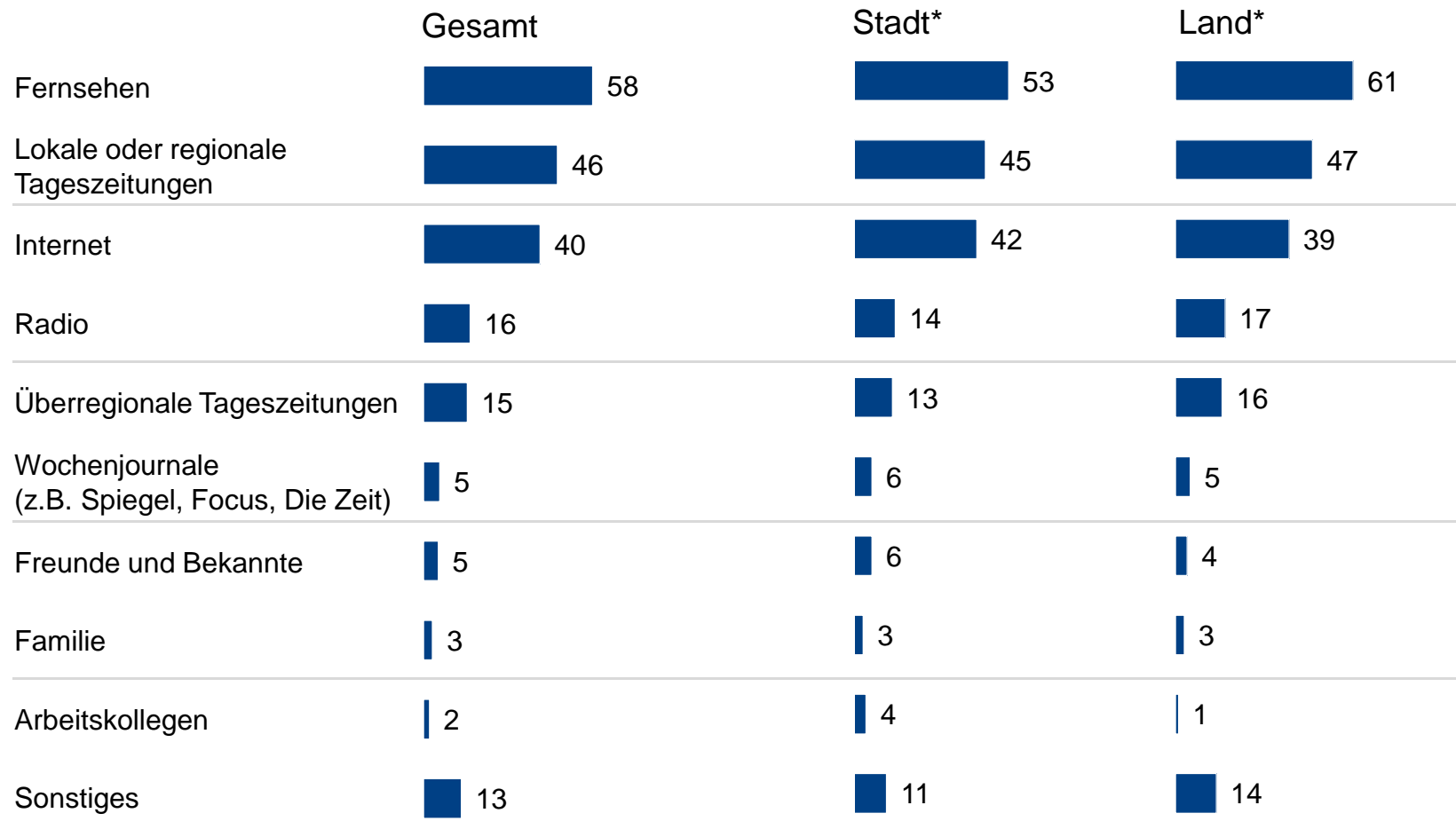
Basis 2013: 9,7 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=1.004)

# Auf dem Land wird vor allem das Fernsehen für Informationen zur Energiewende genutzt



## Genutzte Informationsquellen

Ungestützte Abfrage | Mehrfachnennungen | in %



\*Definition: Stadt = mehr als 20.000 Einwohner, Land = unter 20.000 Einwohner; Anmerkung: Abweichungen zu 100% sind rundungsbedingt

• E2 – Unabhängig davon, wie gut oder schlecht Sie sich informiert fühlen, interessiert uns, woher Sie Ihre Informationen über die Energiewende erhalten. Bitte sagen Sie mir welche Informationsquellen Sie hierzu innerhalb der letzten drei Monate genutzt haben.

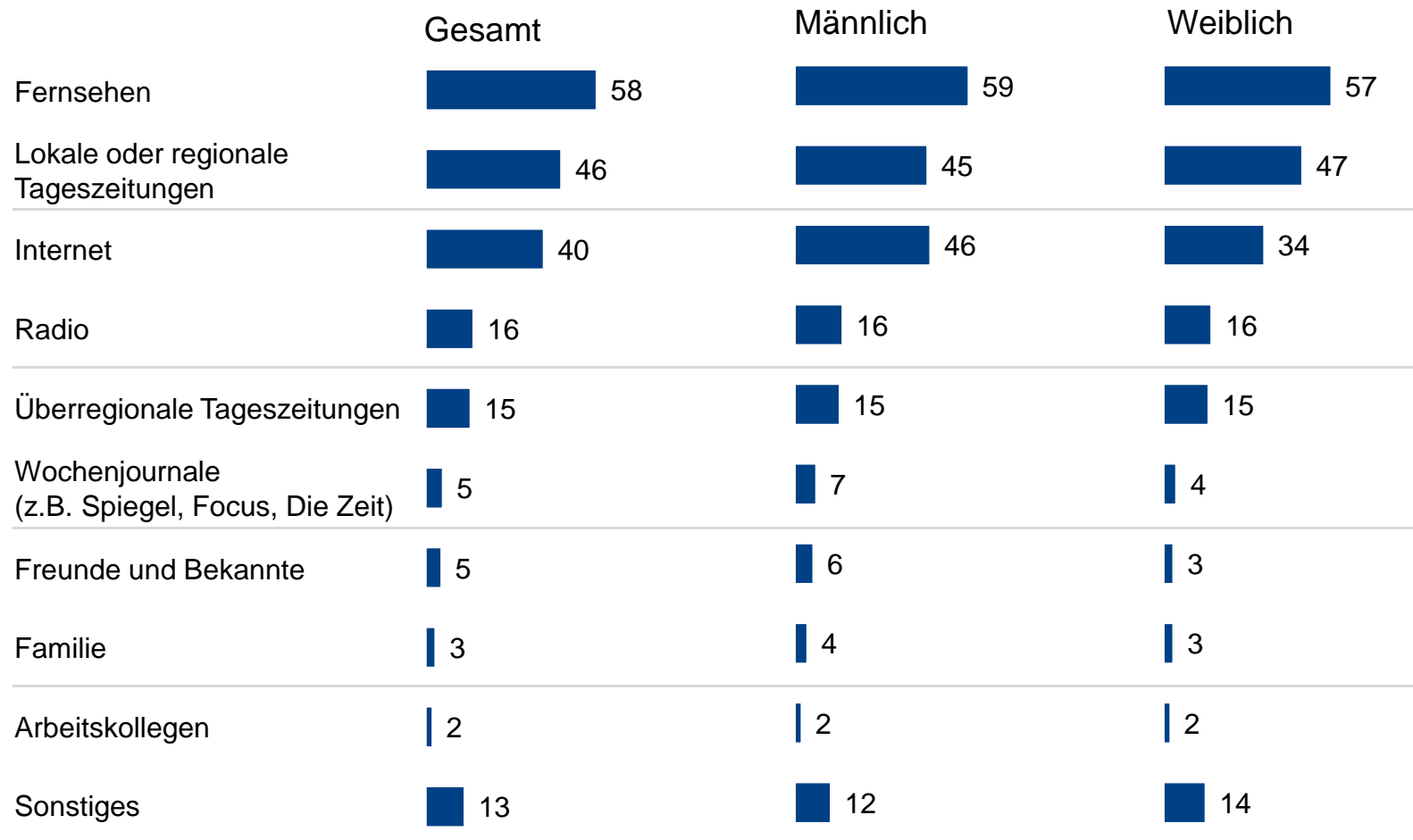
Basis 2013: 9,7 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=1.004)

# Männer nutzen das Internet als Informationsquelle über die Energiewende stärker als Frauen



## Genutzte Informationsquellen

Ungestützte Abfrage | Mehrfachnennungen | in %



Anmerkung: Abweichungen zu 100% sind rundungsbedingt

• E2 – Unabhängig davon, wie gut oder schlecht Sie sich informiert fühlen, interessiert uns, woher Sie Ihre Informationen über die Energiewende erhalten. Bitte sagen Sie mir welche Informationsquellen Sie hierzu innerhalb der letzten drei Monate genutzt haben.

Basis 2013: 9,7 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=1.004)

# Acht von zehn Bürgern in Bayern unterstützen den Ausstieg aus der Kernenergie und dessen Folgen und fast 70% sind mit den Fortschritten bei der Energiewende zufrieden



## Einstellung zur Energiewende

Angaben in %

■ Trifft voll und ganz/sehr zu ■ Trifft teilweise zu ■ Trifft weniger/überhaupt nicht zu ■ Keine Angabe

Ich stehe voll und ganz hinter dem Ausstieg aus der Kernenergie und den damit verbundenen Veränderungen



Wenn in der Nähe meines Wohnortes eine neue Hochspannungsleitung gebaut wird, würde mich das sehr stören



Durch die Möglichkeit, den Energieanbieter zu wechseln, haben Verbraucher Einfluss auf ihre Energiekosten



Ich bin bereit, für den Ausbau der erneuerbaren Energien einen höheren Strompreis in Kauf zu nehmen



Mit den Fortschritten bei der Energiewende in Bayern bin ich sehr zufrieden



Wenn in der Nähe meines Wohnortes Anlagen zur Gewinnung erneuerbarer Energien gebaut werden, würde mich das sehr stören



Anmerkung: Abweichungen zu 100% sind rundungsbedingt

• E3 – Ich lese Ihnen nun einige Aussagen vor. Bitte sagen Sie mir, ob diese jeweils bei Ihnen zutrifft oder nicht zutrifft.

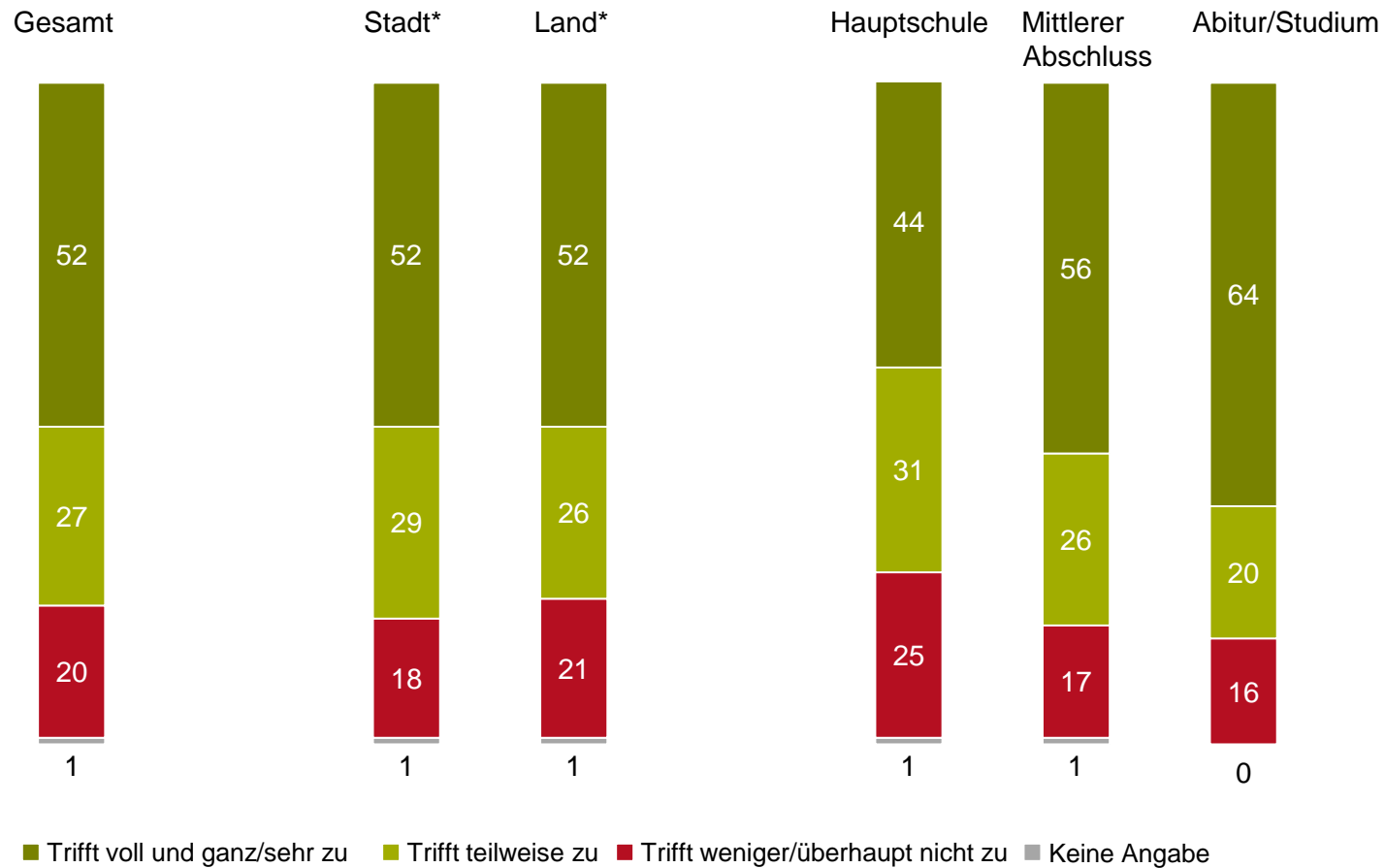
Basis 2013: 9,7 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=1.004)

# Mit zunehmendem Bildungsniveau steigt die Akzeptanz des Ausstiegs aus der Kernenergie und dessen Folgen



Einstellung zur Energiewende: Ich stehe voll und ganz hinter dem Ausstieg aus der Kernenergie und den damit verbundenen Veränderungen.

Angaben in %



\*Definition: Stadt = mehr als 20.000 Einwohner, Land = unter 20.000 Einwohner; Anmerkung: Abweichungen zu 100% sind rundungsbedingt

• E3 – Ich lese Ihnen nun einige Aussagen vor. Bitte sagen Sie mir, ob diese jeweils bei Ihnen zutrifft oder nicht zutrifft.

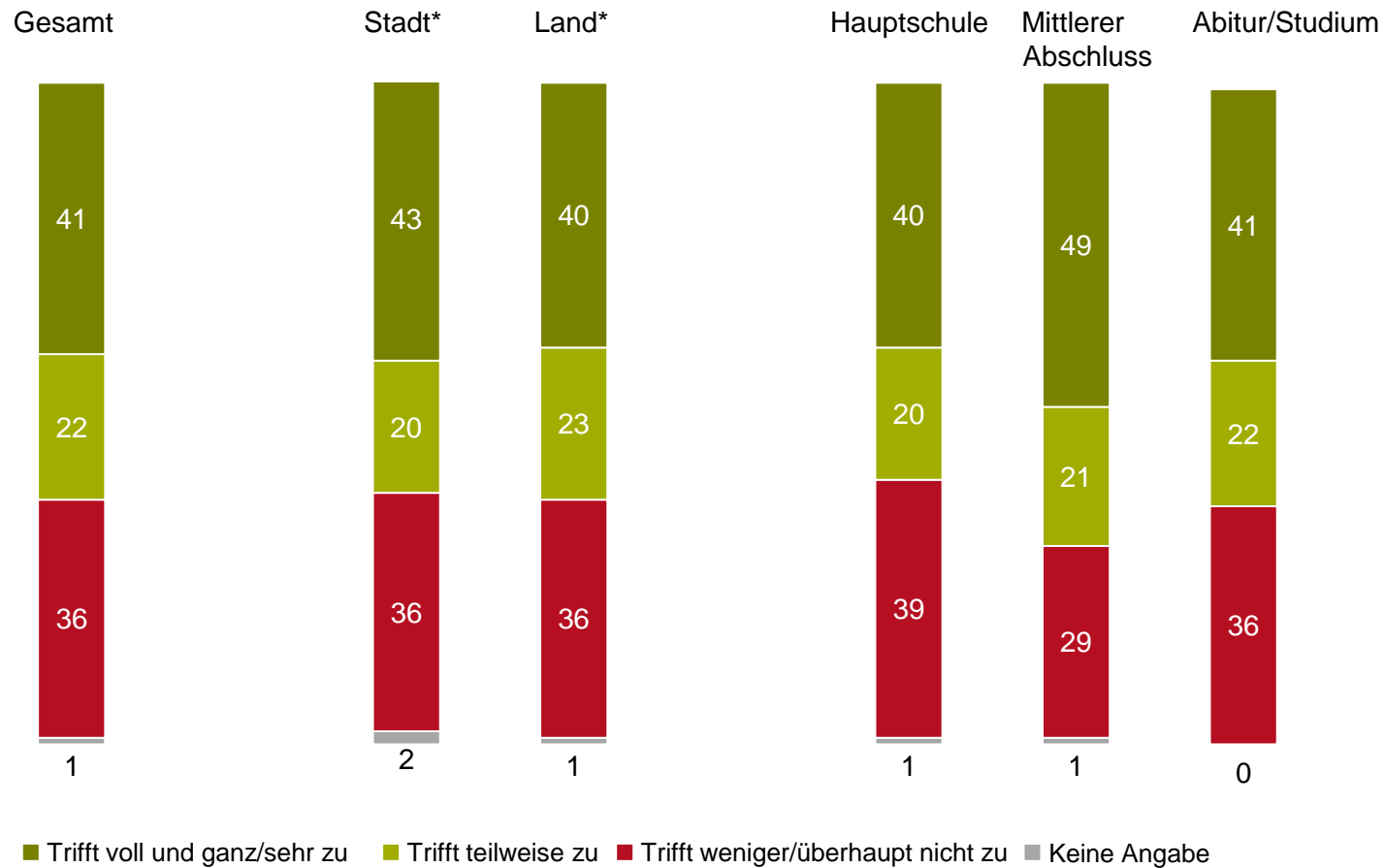
Basis 2013: 9,7 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=1.004)

# Knapp zwei Drittel der Bayern würde der Bau einer Hochspannungsleitung in der Nähe stören



**Einstellung zur Energiewende:** Wenn in der Nähe meines Wohnortes eine neue Hochspannungsleitung gebaut wird, würde mich das sehr stören.

Angaben in %



\*Definition: Stadt = mehr als 20.000 Einwohner, Land = unter 20.000 Einwohner; Anmerkung: Abweichungen zu 100% sind rundungsbedingt

• E3 – Ich lese Ihnen nun einige Aussagen vor. Bitte sagen Sie mir, ob diese jeweils bei Ihnen zutrifft oder nicht zutrifft.

Basis 2013: 9,7 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=1.004)

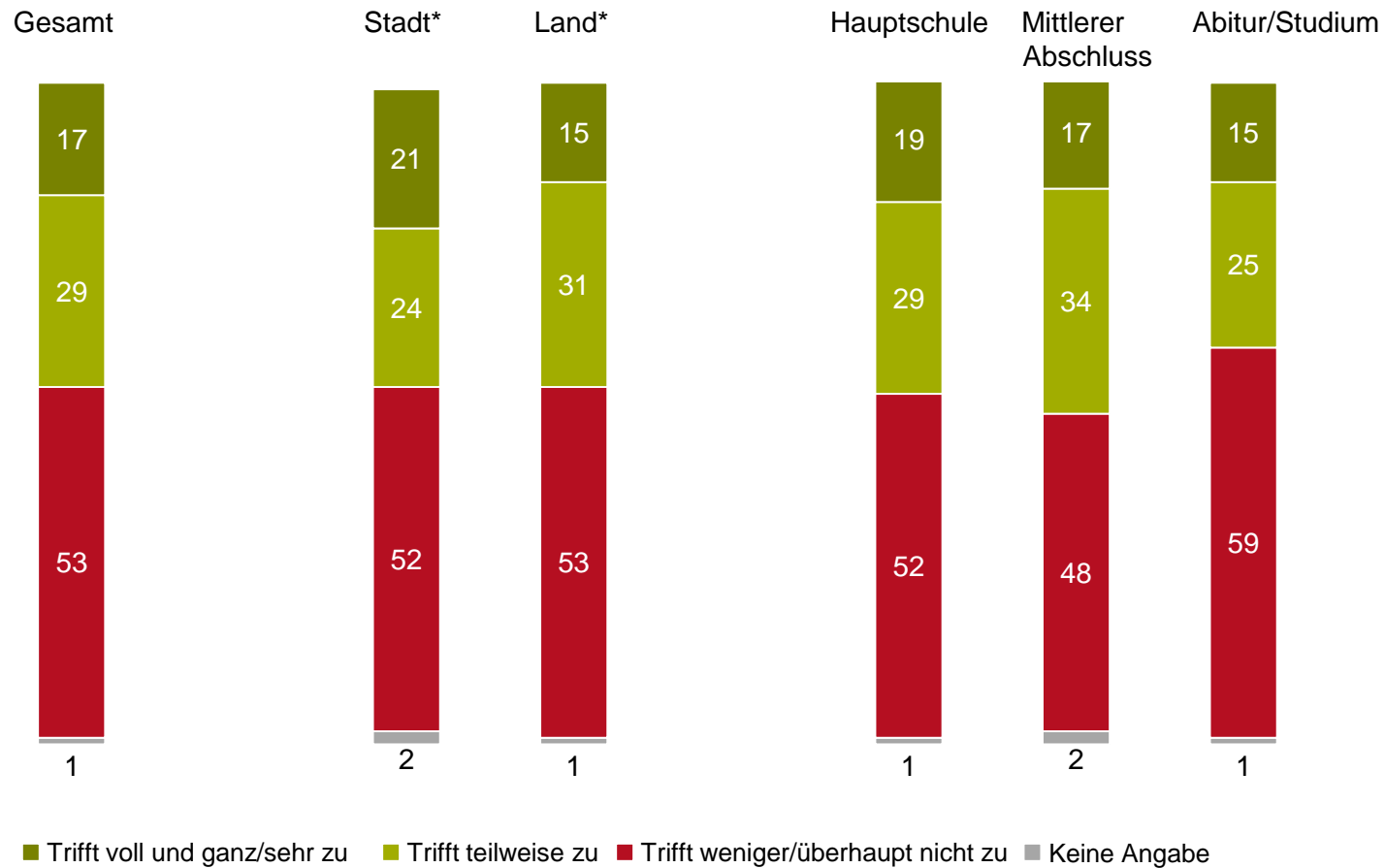


# Mehr als die Hälfte der Bayern akzeptiert den wohnortnahen Bau von Anlagen zur erneuerbaren Energiegewinnung



**Einstellung zur Energiewende:** Wenn in der Nähe meines Wohnortes Anlagen zur Gewinnung erneuerbarer Energien gebaut werden, würde mich das sehr stören.

Angaben in %



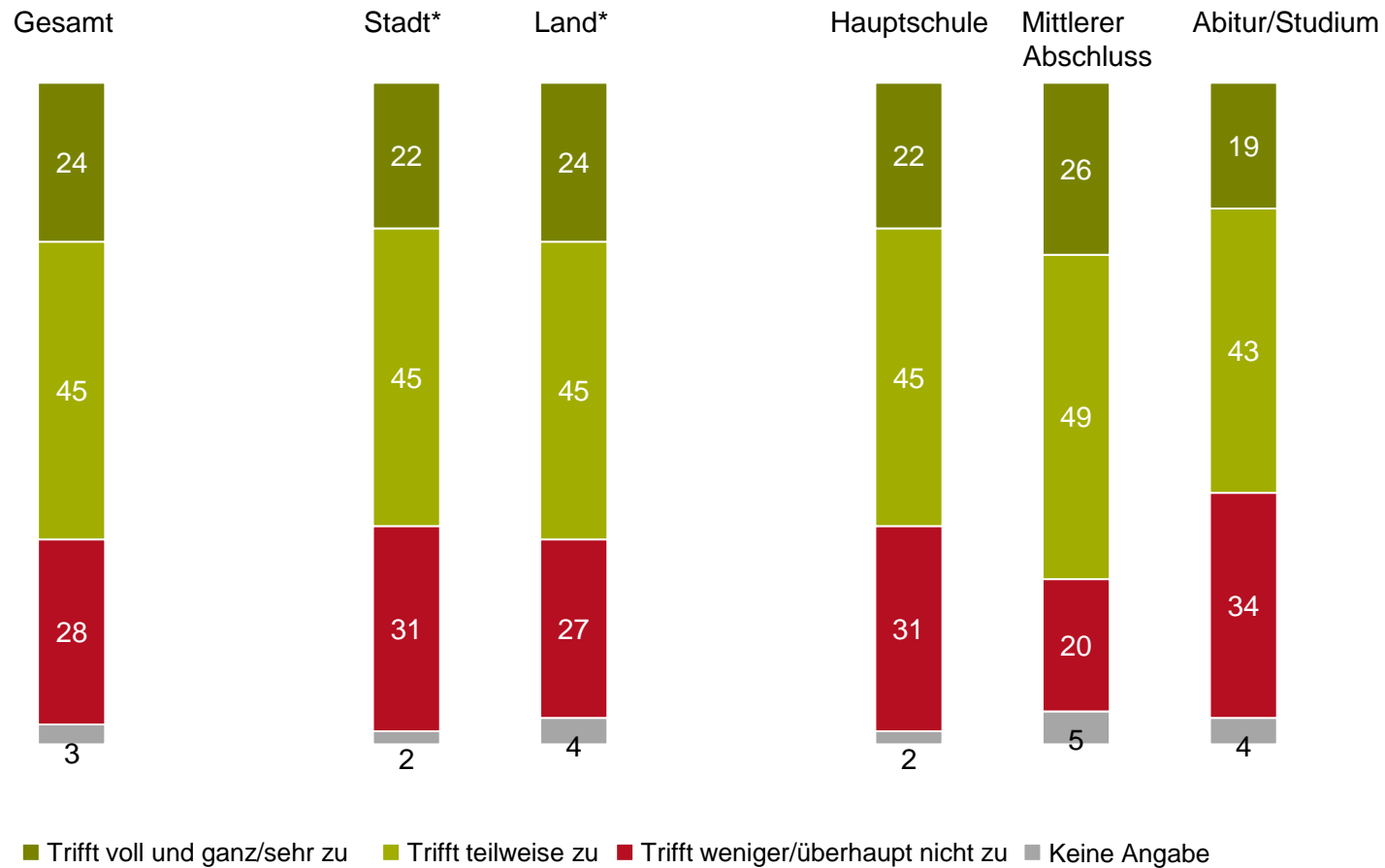
\*Definition: Stadt = mehr als 20.000 Einwohner, Land = unter 20.000 Einwohner; Anmerkung: Abweichungen zu 100% sind rundungsbedingt  
 • E3 – Ich lese Ihnen nun einige Aussagen vor. Bitte sagen Sie mir, ob diese jeweils bei Ihnen zutrifft oder nicht zutrifft.  
 Basis 2013: 9,7 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=1.004)

# Sieben von zehn Bürgern in Bayern sind mit den Fortschritten bei der Energiewende zufrieden



Einstellung zur Energiewende: Mit den Fortschritten bei der Energiewende in Bayern bin ich sehr zufrieden.

Angaben in %



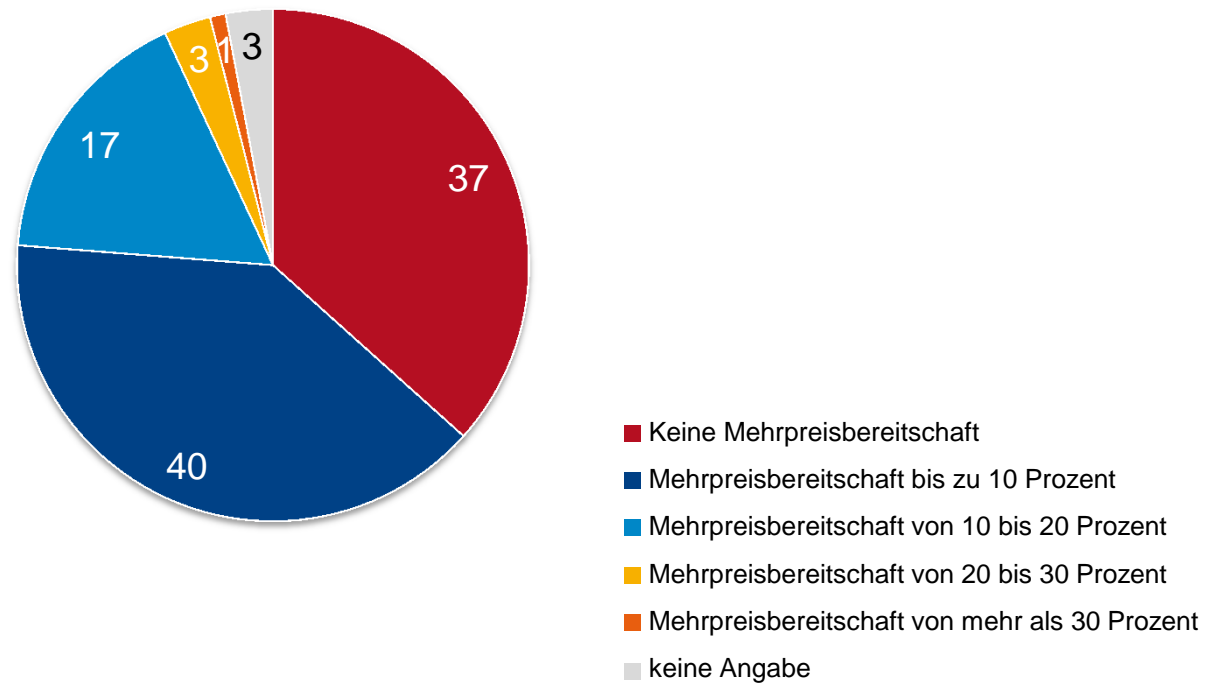
\*Definition: Stadt = mehr als 20.000 Einwohner, Land = unter 20.000 Einwohner; Anmerkung: Abweichungen zu 100% sind rundungsbedingt  
 • E3 – Ich lese Ihnen nun einige Aussagen vor. Bitte sagen Sie mir, ob diese jeweils bei Ihnen zutrifft oder nicht zutrifft.  
 Basis 2013: 9,7 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=1.004)

37% der bayerischen Verbraucher sind nicht bereit für die Energiewende einen höheren Strompreis zu bezahlen, 40% akzeptieren maximal eine Erhöhung bis zu 10 Prozent



### Einstellung zur Energiewende – Bereitschaft für höhere Strompreise

Angaben in %



Anmerkung: Abweichungen zu 100% sind rundungsbedingt

• E3 – Ich lese Ihnen nun einige Aussagen vor. Bitte sagen Sie mir, ob diese jeweils bei Ihnen zutrifft oder nicht zutrifft. • E3a – Und welche Erhöhung des Strompreises wären Sie bereit zu akzeptieren?

Basis 2013: 9,7 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=1.004)

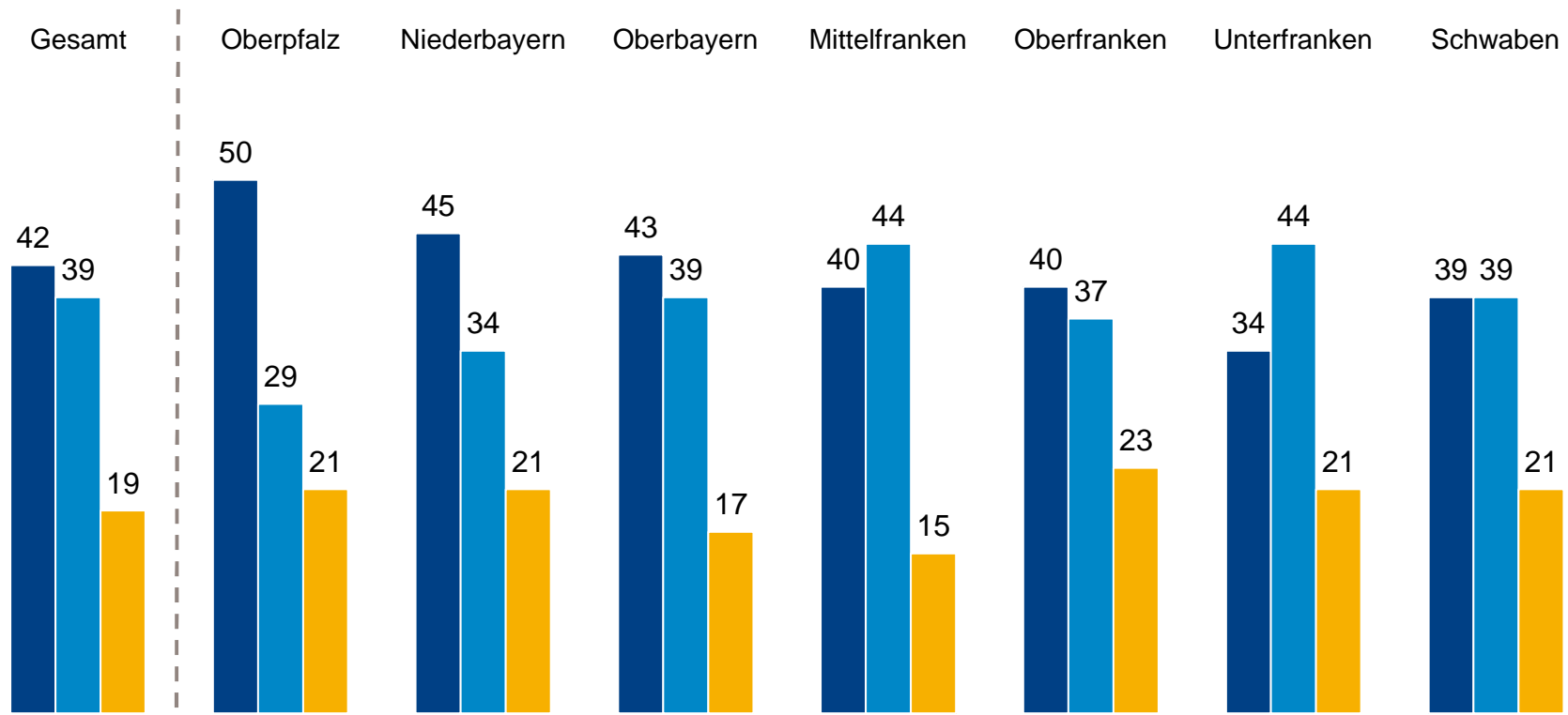
# Für die bayerischen Verbraucher sind Umweltverträglichkeit und Versorgungssicherheit fast gleichbedeutend



## Wichtigster Aspekt bei der Energieversorgung

Angaben in %

■ Umweltverträgliche Erzeugung ■ Hohe Versorgungssicherheit ■ Niedriger Preis



• E4 – Was ist für Sie persönlich bei der eigenen Strom- bzw. Energieversorgung am wichtigsten?  
Basis 2013: 9,7 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=1.004)

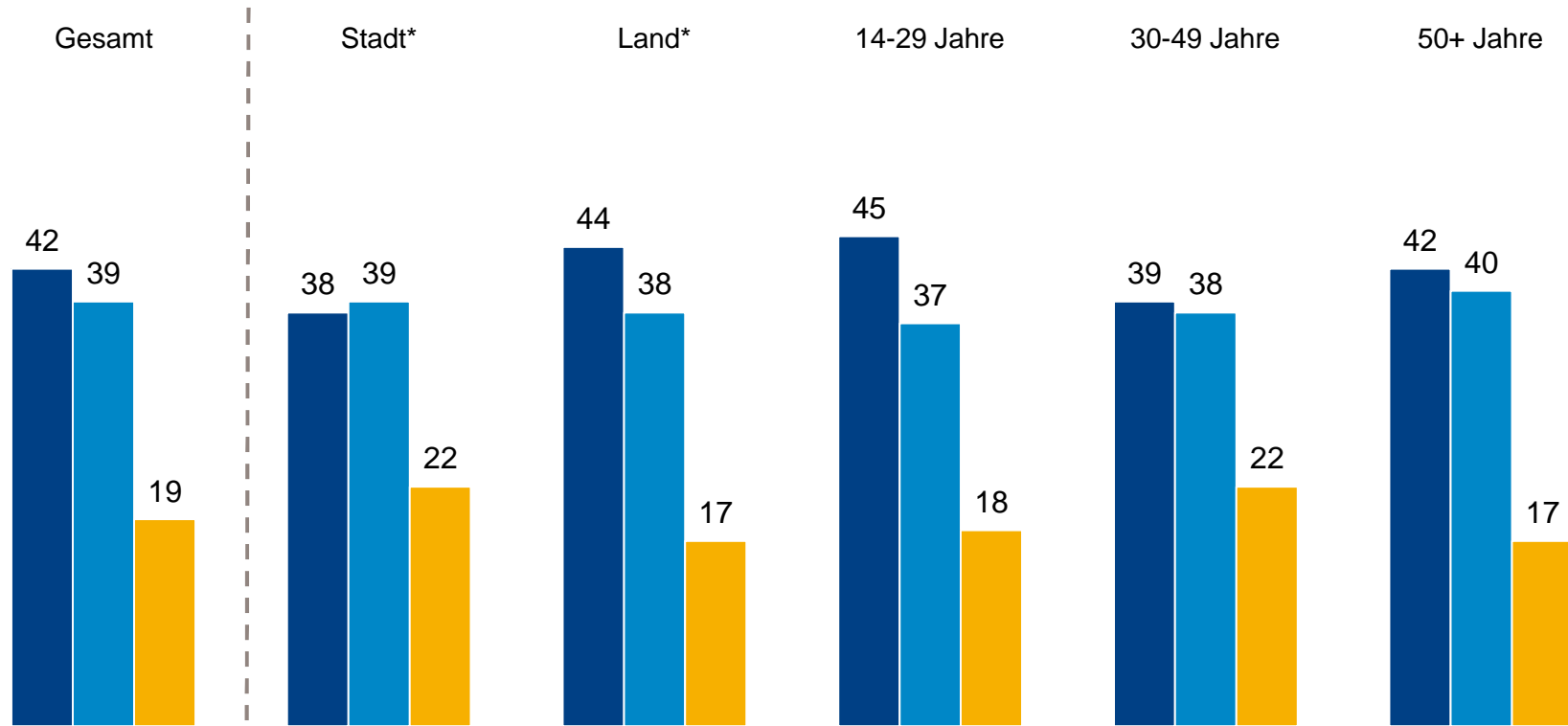
# Für die ländliche Bevölkerung wie auch für die Jüngeren ist der Aspekt der Umweltverträglichkeit eher wichtiger



## Wichtigster Aspekt bei der Energieversorgung

Angaben in %

■ Umweltverträgliche Erzeugung   ■ Hohe Versorgungssicherheit   ■ Niedriger Preis



\*Definition: Stadt = mehr als 20.000 Einwohner, Land = unter 20.000 Einwohner;  
 • E4 – Was ist für Sie persönlich bei der eigenen Strom- bzw. Energieversorgung am wichtigsten?  
 Basis 2013: 9,7 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=1.004)

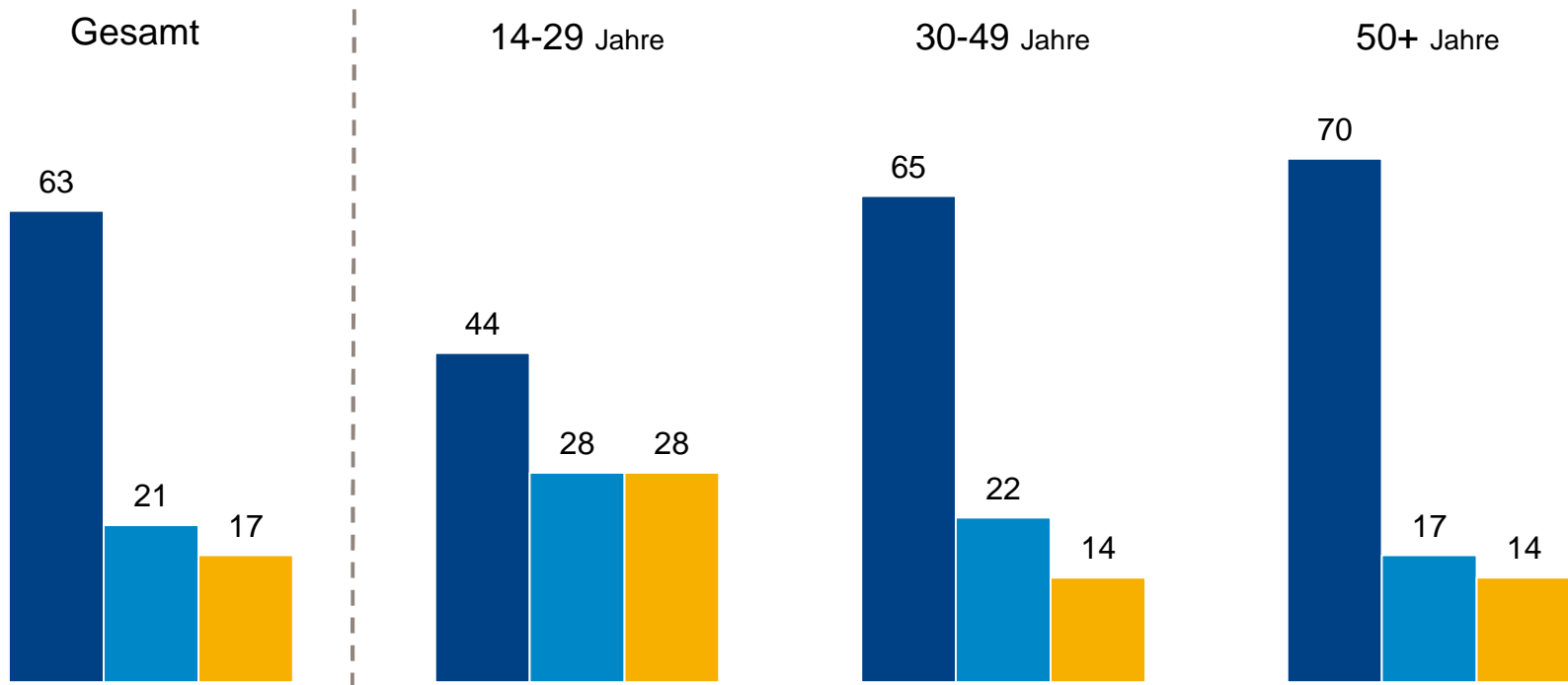
Aus Verbrauchersicht spielt das Energiesparen die wichtigste Rolle für eine erfolgreiche Energiewende; und sie nimmt mit dem Alter zu



### Wichtigste Maßnahme zum Gelingen der Energiewende

Angaben in %

- Energie sparen und unnötigen Verbrauch vermeiden
- Neue energieeffiziente Technologien einsetzen
- Fossile Energieträger durch erneuerbare Energien ersetzen



Anmerkung: Abweichungen zu 100% sind rundungsbedingt

• E5 – Es gibt unterschiedliche Möglichkeiten, zum Gelingen der Energiewende beizutragen. Ich lese Ihnen nun drei Maßnahmen vor und Sie sagen mir bitte, welche aus Ihrer Sicht die wichtigste Maßnahme ist, welche die zweitwichtigste und welche die dritt wichtigste.

Basis 2013: 9,7 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=1.004)

# Handlungsfeld Energiesparen

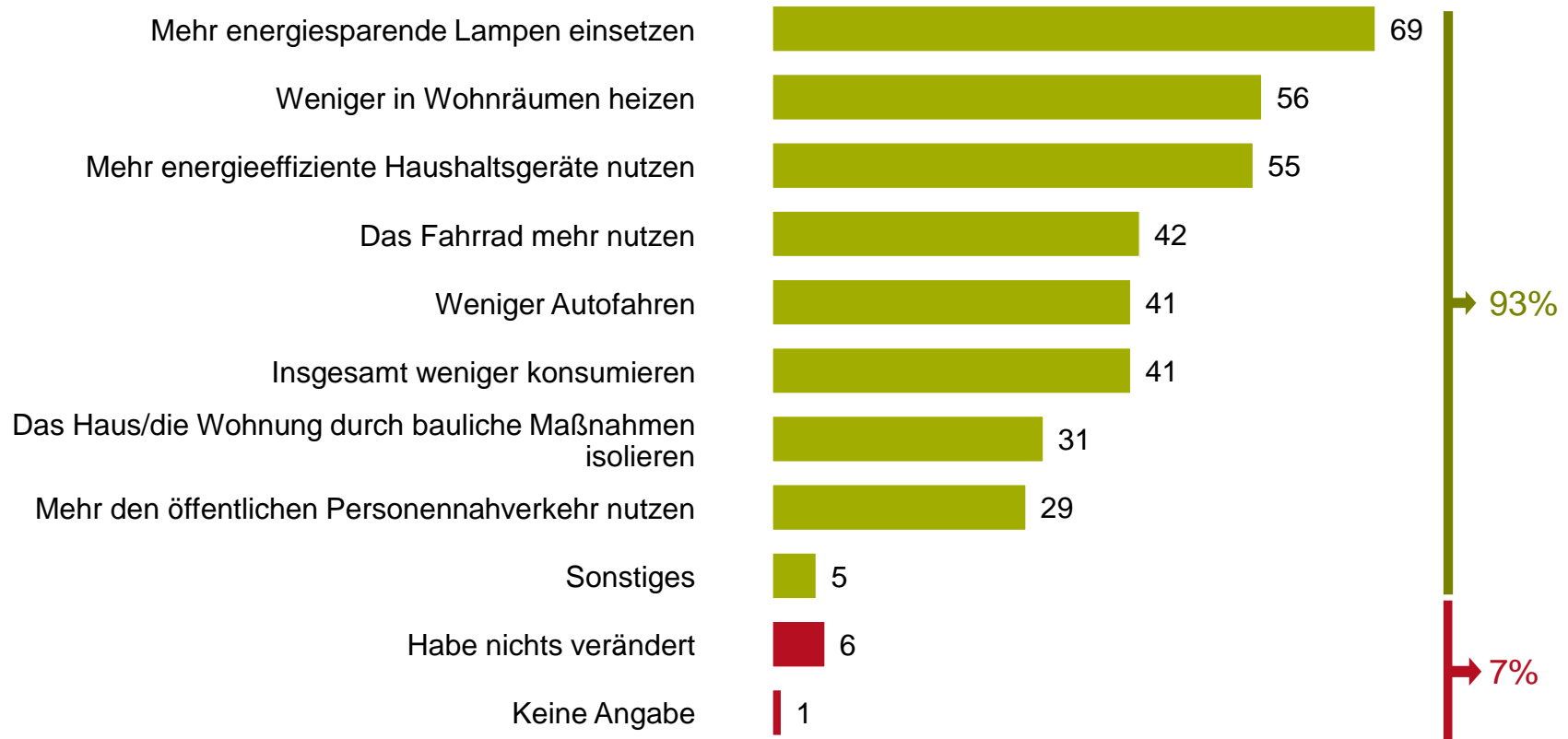
7.

# Nahezu alle bayerischen Verbraucher haben bereits einen persönlichen Beitrag zum Energiesparen geleistet



## Persönlicher Beitrag zum Energiesparen

Gestützte Abfrage | Mehrfachnennungen | in %



• E6 – Was haben Sie persönlich in den letzten 12 Monaten verändert, um Energie zu sparen?  
Basis 2013: 9,7 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=1.004)



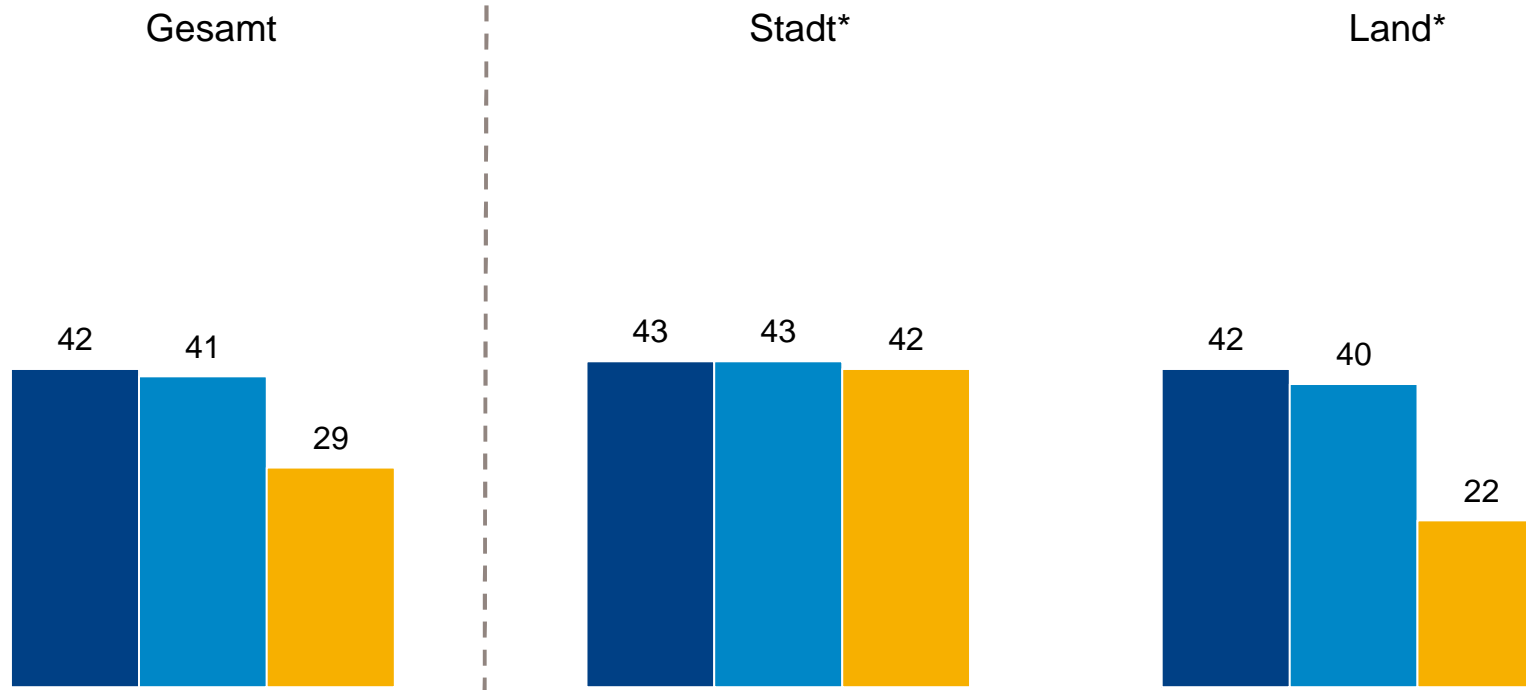
# Der öffentliche Nahverkehr spielt vor allem in der Stadt eine wichtige Rolle beim Energiesparen



## Persönlicher Beitrag zum Energiesparen – Fokus Verkehr

Angaben in %

■ Das Fahrrad mehr nutzen   ■ Weniger Autofahren   ■ Mehr den öffentlichen Personennahverkehr nutzen



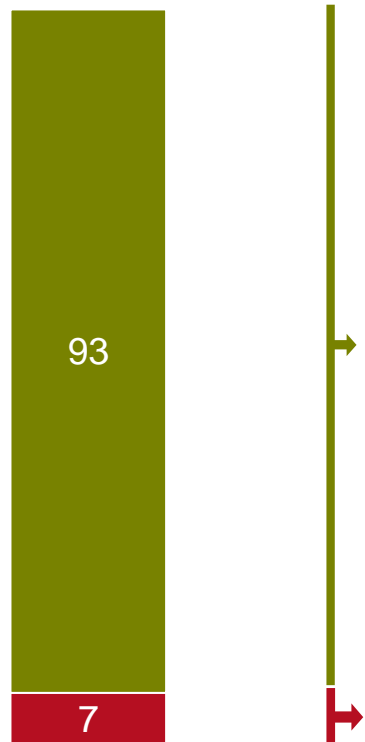
\*Definition: Stadt = mehr als 20.000 Einwohner, Land = unter 20.000 Einwohner;  
• E6 – Was haben Sie persönlich in den letzten 12 Monaten verändert, um Energie zu sparen?  
Basis 2013: 9,7 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=1.004)

# Umweltaspekte sind für die Konsumenten der wichtigste Grund für das Energiesparen



## Persönlicher Beitrag zum Energiesparen

Gestützte Abfrage | Mehrfachnennungen | in %



<b>Wichtigster Beweggrund beim Energiesparen</b>	14-29 Jahre	30-49 Jahre	50+ Jahre
• Schutz der Umwelt	49%	50%	48%
• Kosten sparen	40%	42%	40%
• Gelingen der Energiewende	11%	8%	12%

<b>Häufigste Gründe, warum nichts unternommen wurde, um Energie zu sparen*:</b>	
• Keine weiteren Einsparungen möglich	29%
• Persönliche Energiekosten ohnehin nicht so hoch	17%
• Widersprüchliche Informationen über Nutzen	10%

\*Achtung: geringe Fallzahl

• E6 – Was haben Sie persönlich in den letzten 12 Monaten verändert, um Energie zu sparen? • E6a – Aus welchen Gründen haben Sie nichts unternommen, um Energie zu sparen?

• E6b – Welches ist für Sie der wichtigste Beweggrund beim Energiesparen?

Basis 2013: 9,7 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=1.004) bzw. 9,0 Mio. Verbraucher, die etwas unternommen haben, um Energie zu sparen (n=943)

bzw. 0,7 Mio. Verbraucher, die nichts unternommen haben, um Energie zu sparen (n=52)

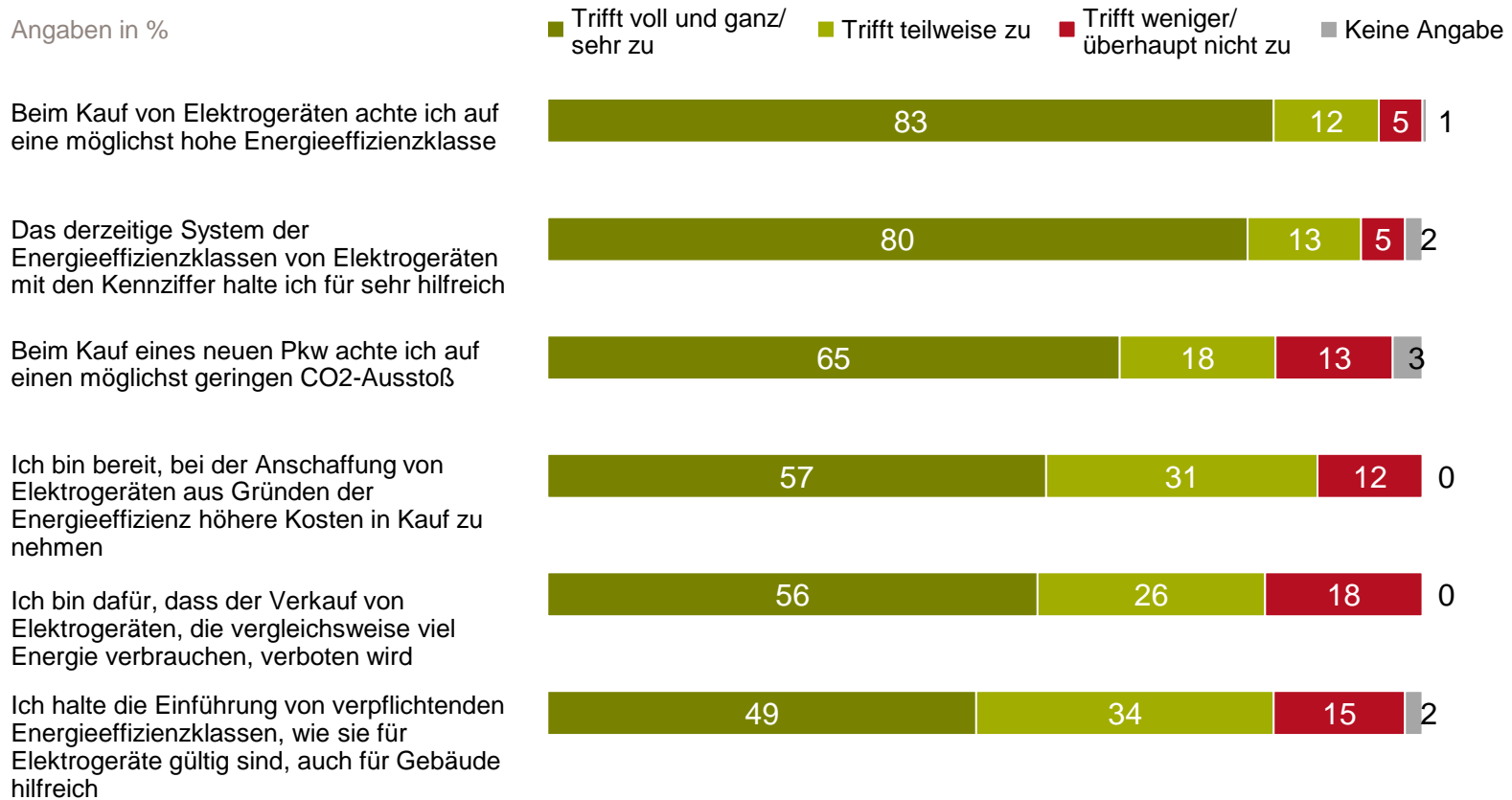
# Handlungsfeld Energieeffizienz

8.

# Für 95% der Verbraucher spielt beim Kauf von Elektrogeräten die Energieeffizienzklasse eine wichtige Rolle



## Nutzung energiesparender Geräte



Anmerkung: Abweichungen zu 100% sind rundungsbedingt

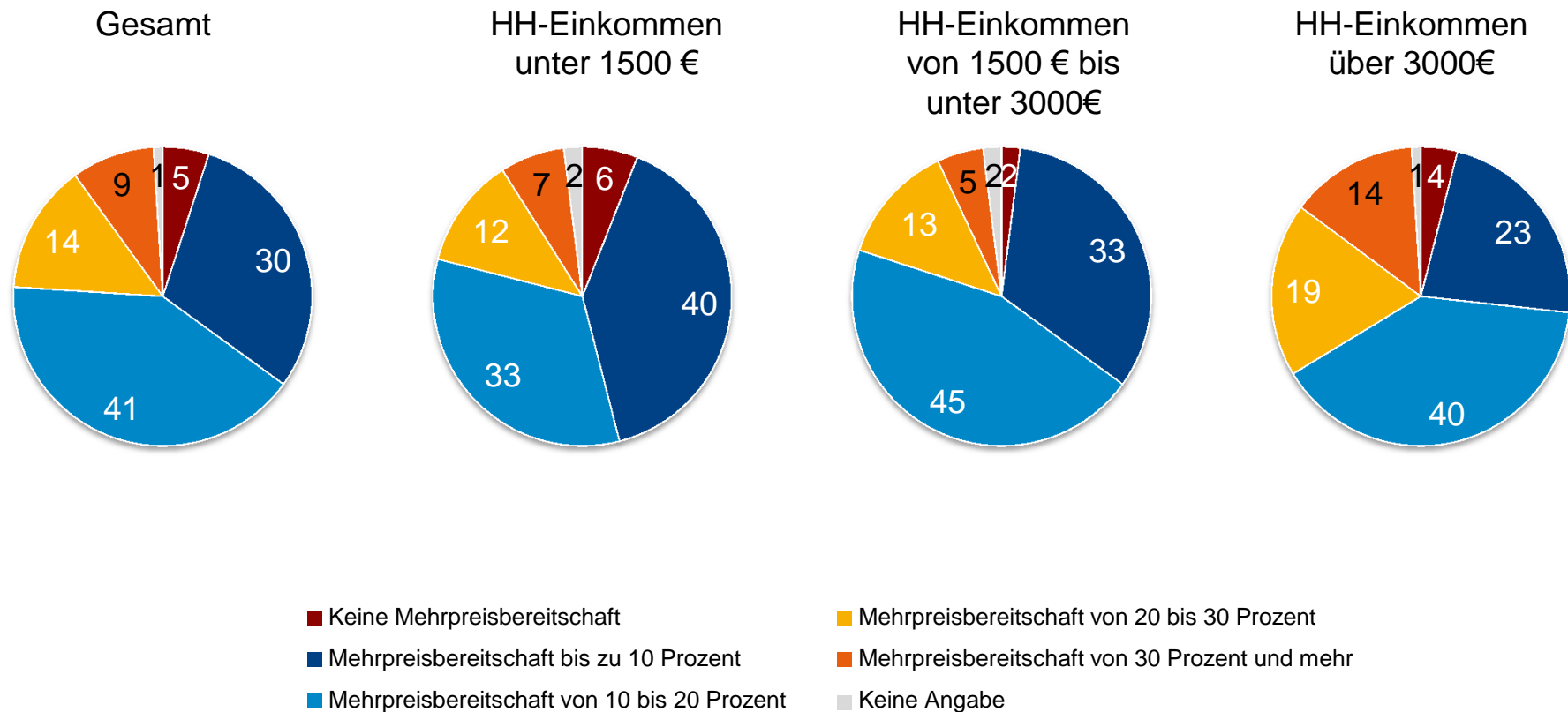
• EF1 – Im Folgenden geht es um die Nutzung energiesparender Geräte im Haushalt. Bitte sagen Sie mir, inwieweit die folgenden Aussagen auf Sie zutreffen oder nicht!  
Basis 2013: 9,7 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=1.004)

# Fast zwei Drittel würden bei der Anschaffung energiesparender Geräte Mehrkosten von mehr als 10% akzeptieren



## Nutzung energiesparender Geräte – Bereitschaft für höheren Gerätepreis

Angaben in %



Anmerkung: Abweichungen zu 100% sind rundungsbedingt

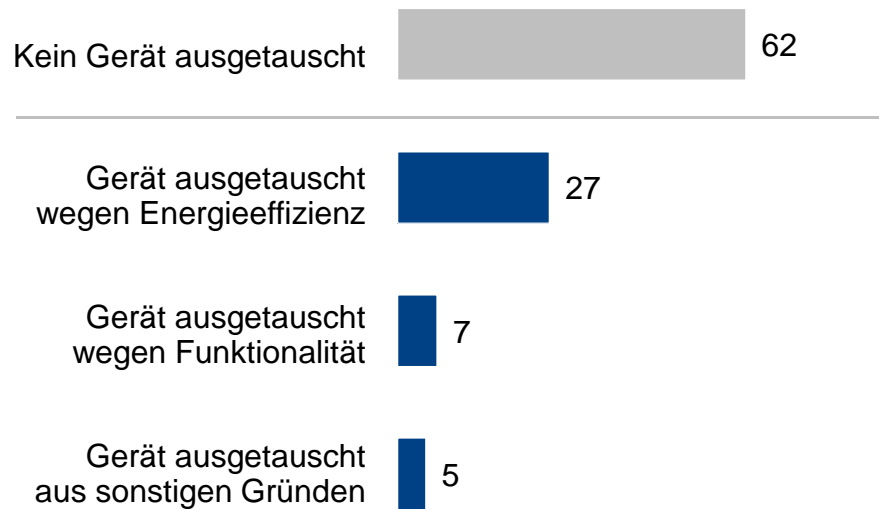
• EF1 – Im Folgenden geht es um die Nutzung energiesparender Geräte im Haushalt. Bitte sagen Sie mir, inwieweit die folgenden Aussagen auf Sie zutreffen oder nicht! • EF1a – Und welche Mehrkosten bei der Anschaffung von energiesparenden Geräten wären Sie bereit zu akzeptieren, wenn sich die höheren Kosten innerhalb von fünf Jahren amortisieren?  
Basis 2013: 9,7 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=1.004)

# Knapp 30% haben in den letzten 12 Monaten funktionsfähige Elektrogeräte aus Gründen der Energieeffizienz ausgetauscht



## Austausch von Geräten

Angaben in %



Fortbestand des ausgetauschten Gerätes:	
• Habe ich entsorgt	25%
• Habe ich verkauft/verschenkt	9%
• Wird noch von mir genutzt	4%
• Keine Angabe	1%
<hr/>	
• Kein Gerät ausgetauscht	62%

Anmerkung: Abweichungen zu 100% sind rundungsbedingt

• EF2 – Haben Sie innerhalb der letzten 12 Monate Elektrogeräte bzw. energierelevante Gegenstände gegen energieeffizientere ausgetauscht, obwohl diese noch funktionsfähig waren?

• EF2a – Was war der vorherrschende Grund für den Austausch? • EF2b – Was haben Sie mit dem ausgetauschten und noch funktionsfähigen Gerät gemacht?

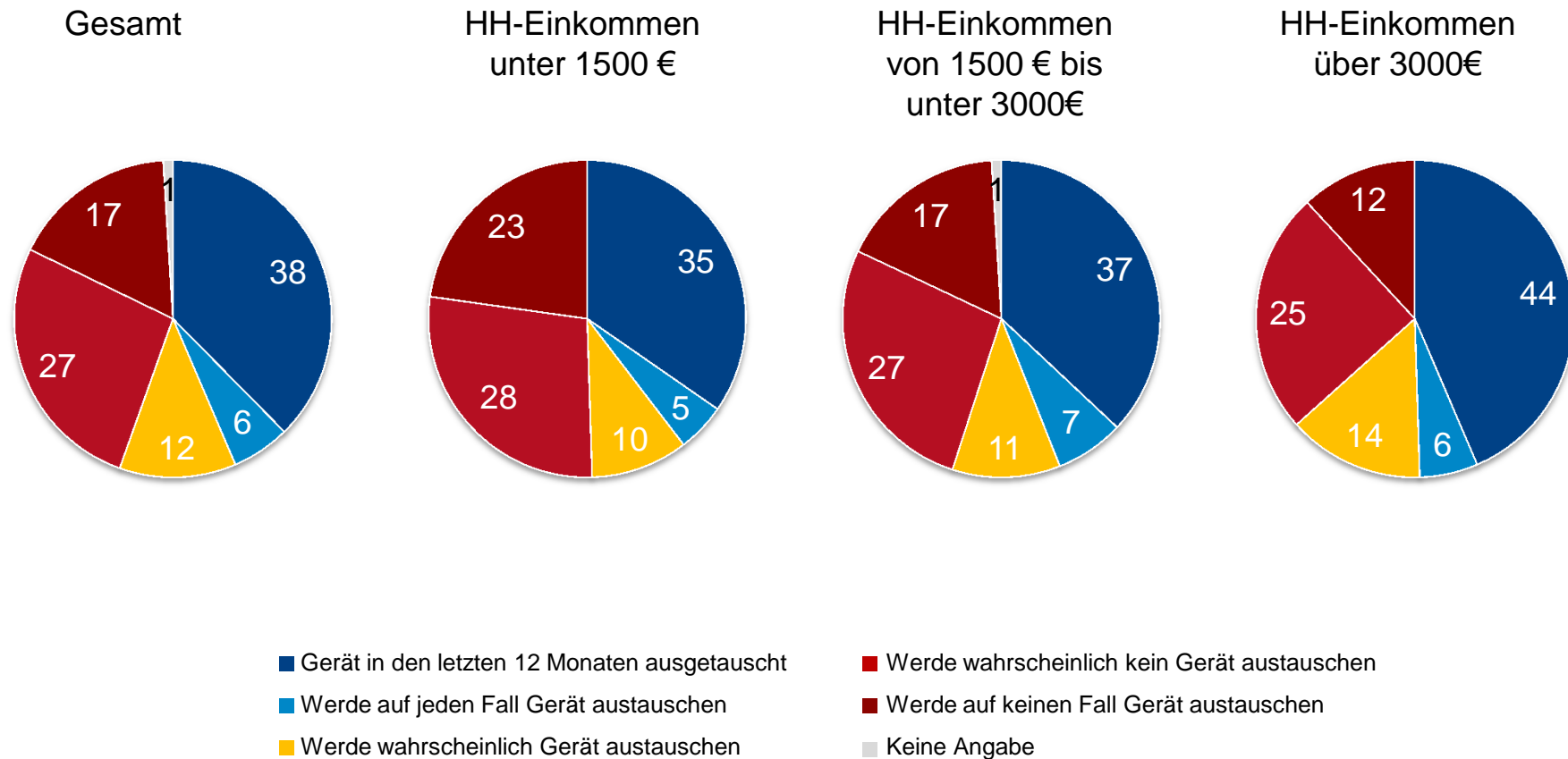
Basis 2013: 9,7 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=1.004)



Fast zwei Drittel haben noch keinen Austausch von Elektrogeräten in energieeffiziente vorgenommen, knapp 20% planen dies jedoch

## Austausch von Geräten aus Effizienzgründen

Angaben in %



Anmerkung: Abweichungen zu 100% sind rundungsbedingt

• EF2 – Haben Sie innerhalb der letzten 12 Monate Elektrogeräte bzw. energierelevante Gegenstände gegen energieeffizientere ausgetauscht, obwohl diese noch funktionsfähig waren?

• EF2c – Planen Sie in den kommenden 12 Monaten einen derartigen Austausch?

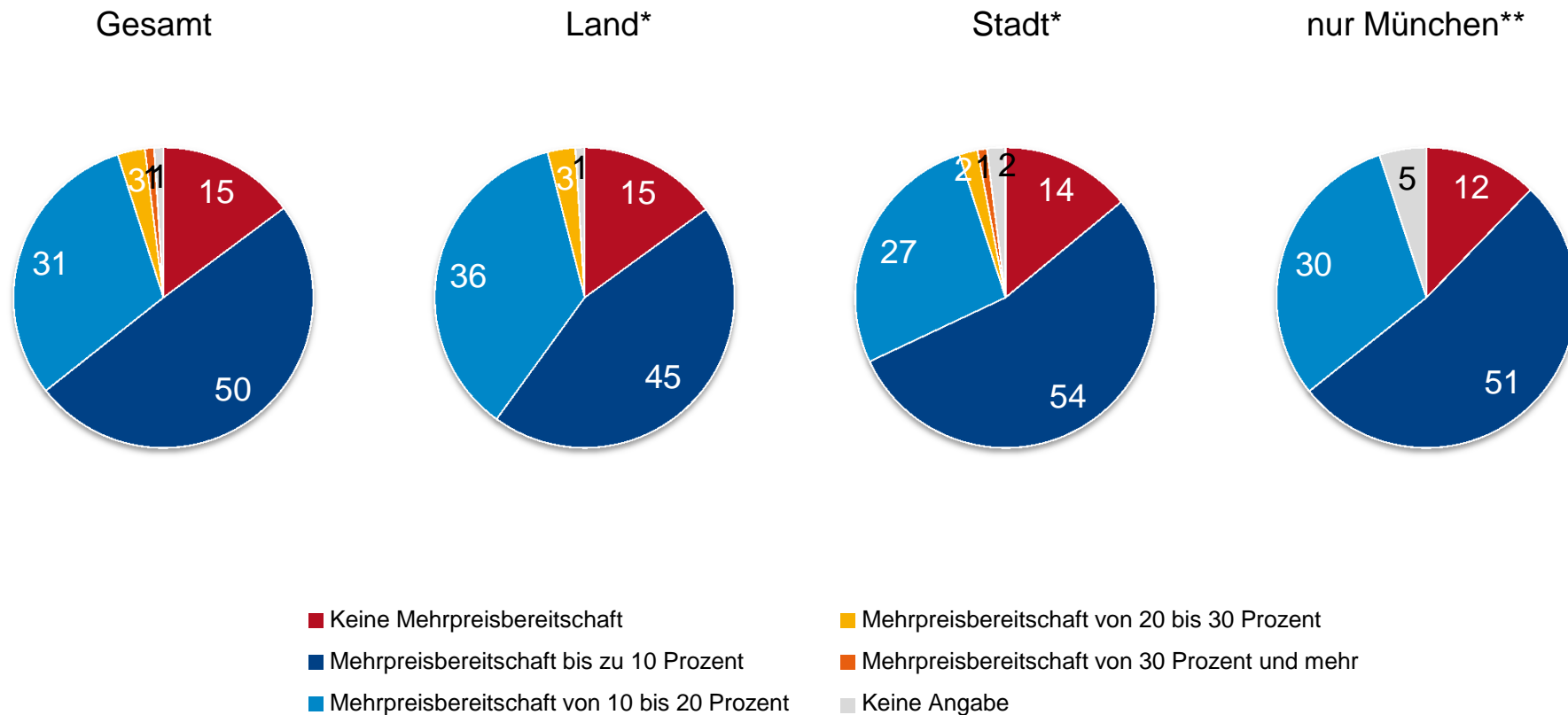
Basis 2013: 9,7 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=1.004)

# 85% der bayerischen Mieter würden nach einer energetischen Gebäudesanierung eine Mieterhöhung akzeptieren



## Mieter – Bereitschaft für Mieterhöhungen bei energetischen Sanierungen

Angaben in %



\*Definition: Stadt = mehr als 20.000 Einwohner, Land = unter 20.000 Einwohner; \*\*Achtung, geringe Fallzahl (n = 49); Anmerkung: Abweichungen zu 100% sind rundungsbedingt  
 • EF3 – Als Mieter bin ich bereit, nach einer energetischen Sanierung eine höhere Miete zu akzeptieren • EF3a – Und welche Erhöhung bei der Miete wären Sie bereit zu akzeptieren?  
 Basis 2013: 3,7 Mio. Verbraucher in Bayern, die zur Miete wohnen (n=331)

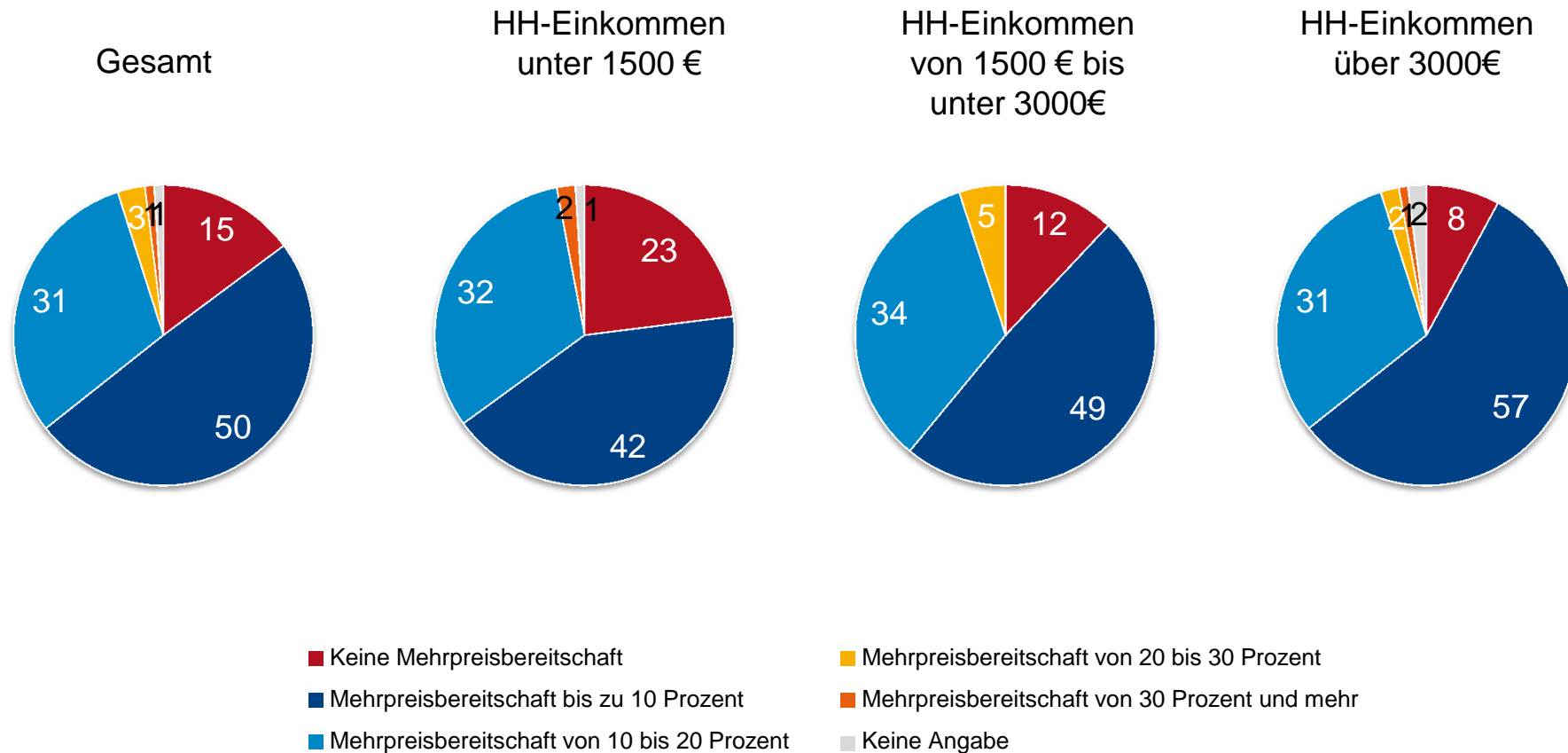


# Mit zunehmenden Einkommen steigt bei Mietern die Akzeptanz von Mieterhöhungen nach energetischen Sanierungen



## Mieter – Bereitschaft für Mieterhöhungen bei energetischen Sanierungen

Angaben in %



\*Definition: Stadt = mehr als 20.000 Einwohner, Land = unter 20.000 Einwohner; \*\*Achtung, geringe Fallzahl (n = 49); Anmerkung: Abweichungen zu 100% sind rundungsbedingt  
 • EF3 – Als Mieter bin ich bereit, nach einer energetischen Sanierung eine höhere Miete zu akzeptieren • EF3a – Und welche Erhöhung bei der Miete wären Sie bereit zu akzeptieren?  
 Basis 2013: 3,7 Mio. Verbraucher in Bayern, die zur Miete wohnen (n=331)

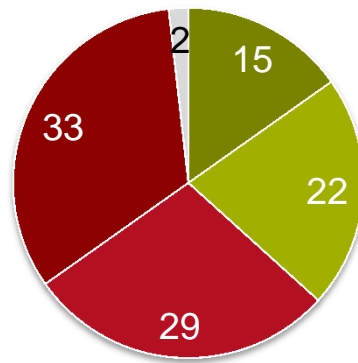
# Mehr als ein Drittel der Hausbesitzer plant in den kommenden fünf Jahren eine energetische Gebäudesanierung



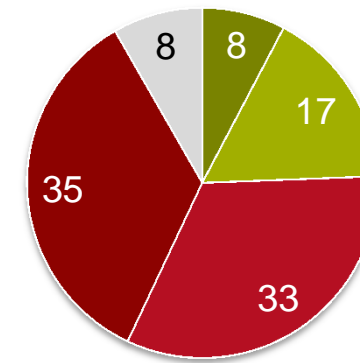
## Planungen zur energetischen Gebäudesanierung

Angaben in %

### Eigenes Haus



### Eigentumswohnung



■ Ja, auf alle Fälle    ■ Ja, wahrscheinlich    ■ Nein, wahrscheinlich nicht    ■ Nein, auf keinen Fall    ■ Keine Angabe

Anmerkung: Abweichungen zu 100% sind rundungsbedingt

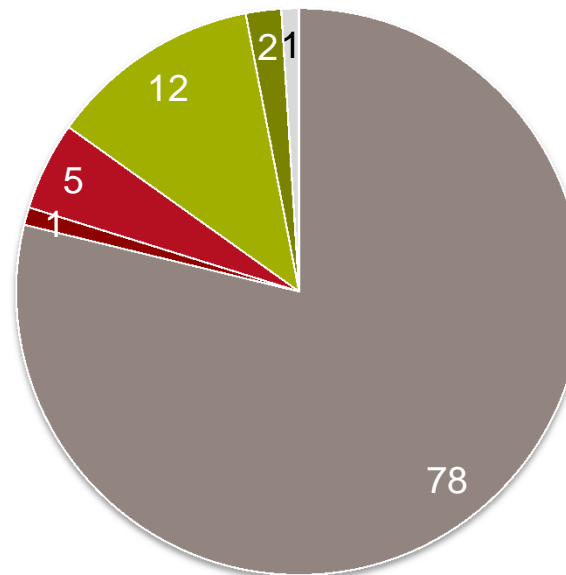
• EF4 – Beabsichtigen Sie, in den kommenden 5 Jahren in Ihrem Haus bzw. Ihrer Wohnung Maßnahmen im Rahmen der energetischen Gebäudesanierung durchzuführen?  
Basis 2013: 5,0 Mio. Verbraucher, die im eigenen Haus wohnen (n=566) bzw. 1,0 Mio. Verbraucher, die in einer Eigentumswohnung leben (n=104)

# 84% kennen den Energieausweis nicht oder halten ihn für unverständlich



## Bekanntheit und Verständlichkeit Energieausweis

Angaben in %



- Kenne Energieausweis nicht
- Sehr verständlich
- Im Großen und Ganzen verständlich
- Eher weniger verständlich
- Überhaupt nicht verständlich
- Keine Angabe

Anmerkung: Abweichungen zu 100% sind rundungsbedingt

• EF5 – Kennen Sie den Energieausweis für Ihr Wohngebäude? • EF6 – Für wie verständlich halten Sie persönlich diesen Energieausweis?  
Basis 2013: 9,7 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=1.004)

# Information und Beratung

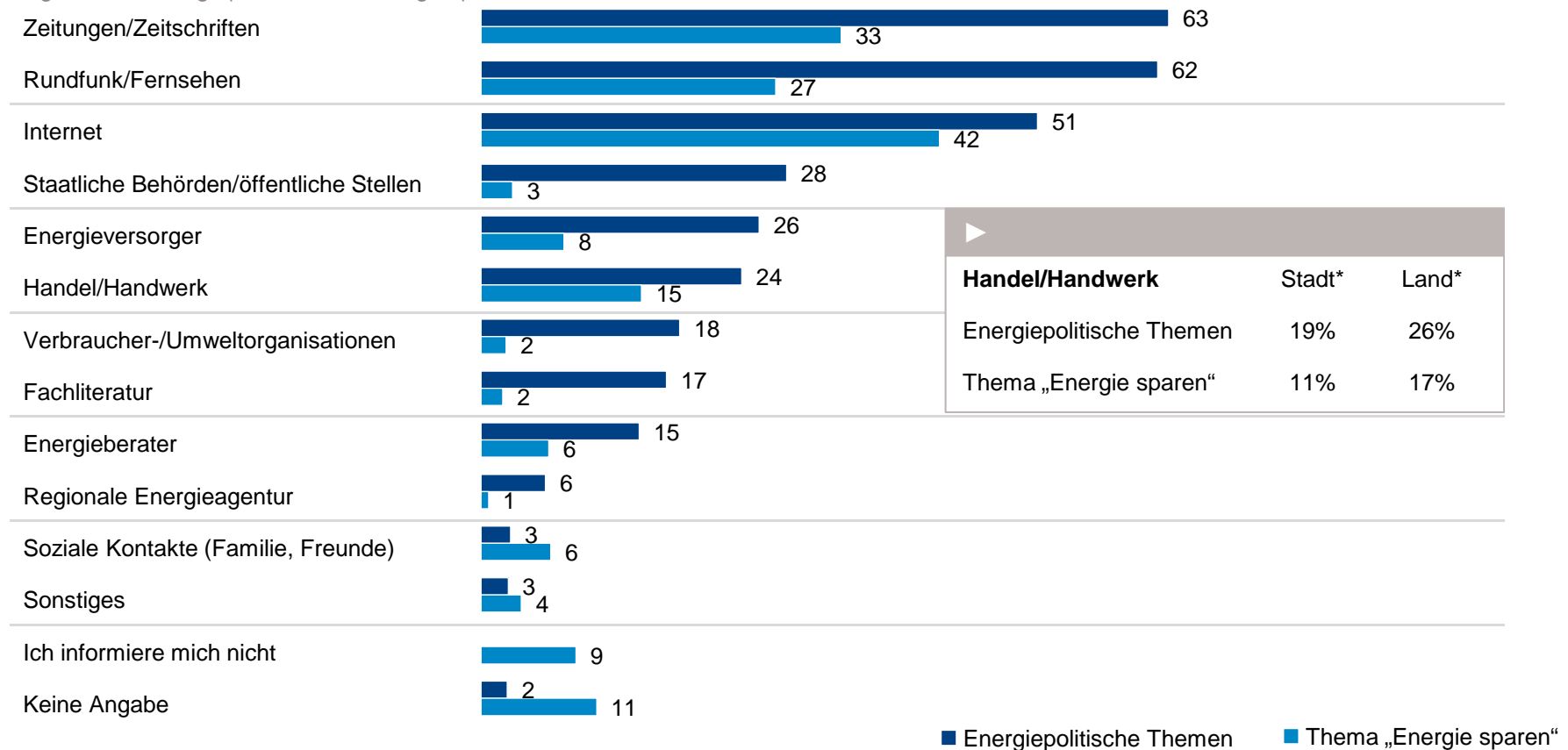
9.

# TV/Radio und Printmedien sind die am häufigsten genutzten Informationsquellen für allgemeine energiepolitische Themen



## Genutzte Informationsquellen

Ungestützte Abfrage | Mehrfachnennungen | in %



\*Definition: Stadt = mehr als 20.000 Einwohner, Land = unter 20.000 Einwohner; Alle Nennungen >=1%

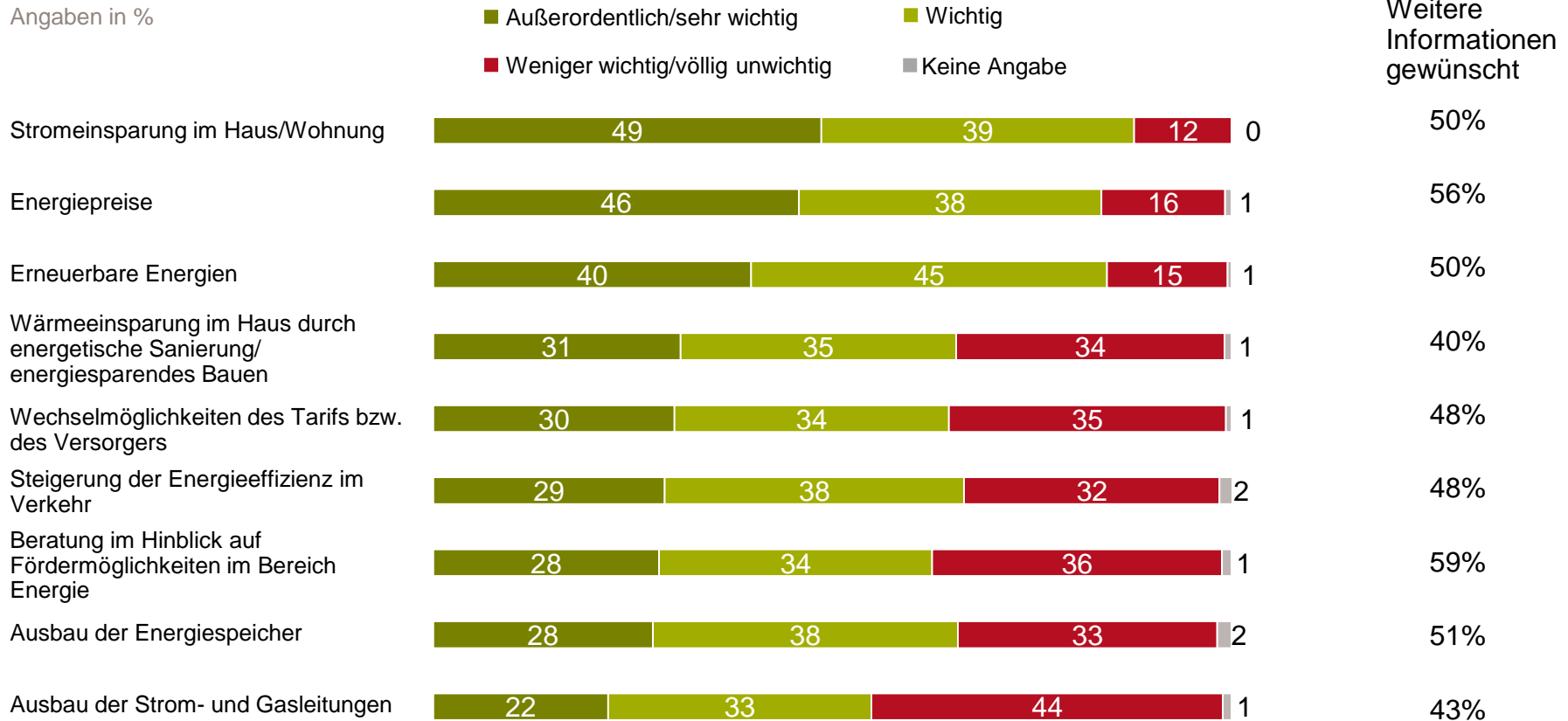
• E11 – Wo informieren Sie sich bzw. wo lassen Sie sich über Fragen zum Thema „Energie sparen“ beraten? Bitte nennen Sie uns alle Quellen, die Sie in den letzten Monaten genutzt haben. • E12 – Woher bekommen Sie persönlich Informationen zu allgemeinen energiepolitischen Themen, wie z.B. erneuerbare Energien, Energiepreise etc. am ehesten?  
Basis 2013: 9,7 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=1.004)

# Bei Energiethemen steht Stromsparen im Haushalt hinsichtlich seiner Bedeutung für die Verbraucher an der Spitze



## Wichtigkeit von Energiethemen

Angaben in %



Anmerkung: Abweichungen zu 100% sind rundungsbedingt

• EI3 – Ich lese Ihnen nun einige Energiethemen vor, zu denen Sie Informationen erhalten können. Wie wichtig sind Ihnen Informationen zu diesen Themen? • EI3a – Und hätten Sie hierzu gerne mehr Informationen?

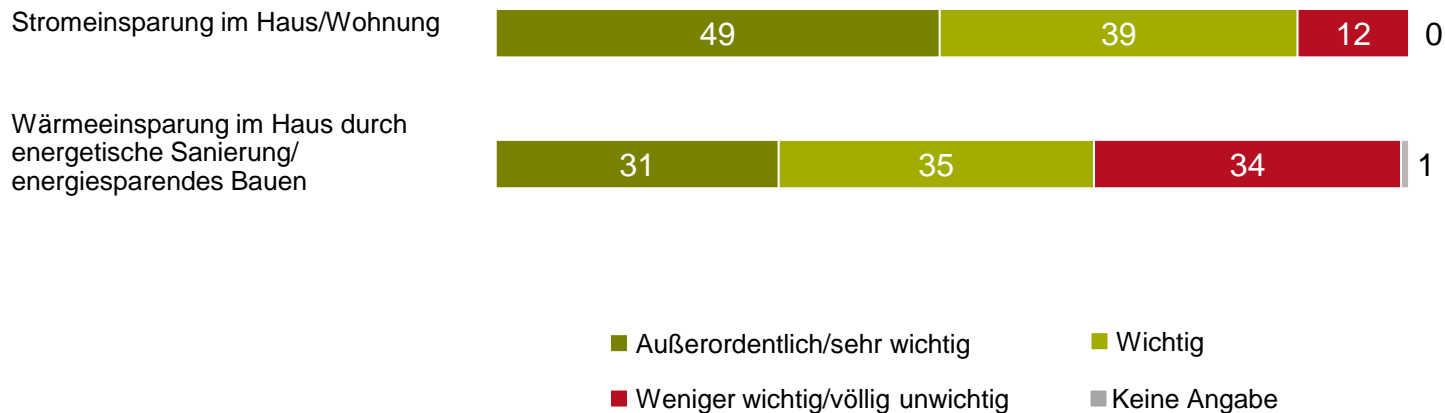
Basis 2013: 9,7 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=1.004)

Knapp 90% der bayerischen Verbraucher halten Stromsparen für wichtig, bei der Einsparung von Wärme sind es nur zwei Drittel



### Wichtigkeit von Energiethemen – Fokus Wohnen

Angaben in %



Anmerkung: Abweichungen zu 100% sind rundungsbedingt

- EI3 – Ich lese Ihnen nun einige Energiethemen vor, zu denen Sie Informationen erhalten können. Wie wichtig sind Ihnen Informationen zu diesen Themen?
- Basis 2013: 9,7 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=1.004)

# Mehr als zwei Drittel haben durch den Einsatz von Energiesparlampen bereits ihren Beitrag zum Stromsparen geleistet



## Persönlicher Beitrag zum Energiesparen – Fokus Wohnen

Mehrfachnennungen, Angaben in %



• E6 – Was haben Sie persönlich in den letzten 12 Monaten verändert, um Energie zu sparen?  
Basis 2013: 9,7 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=1.004)



# Der Bau von Stromleitungen wird weniger akzeptiert und für wichtig erachtet als der Bau von Anlagen zur Gewinnung erneuerbarer Energien



## Einstellung zur Energiewende und Wichtigkeit von Energiethemen – Fokus Stromleitungen

### Einstellung zur Energiewende

Angaben in %

Wenn in der Nähe meines Wohnortes eine neue Hochspannungsleitung gebaut wird, würde mich das sehr stören



Wenn in der Nähe meines Wohnortes Anlagen zur Gewinnung erneuerbarer Energien gebaut werden, würde mich das sehr stören



■ Trifft voll und ganz/sehr zu ■ Trifft teilweise zu ■ Trifft weniger/überhaupt nicht zu ■ Keine Angabe

### Wichtigkeit von Energiethemen

Angaben in %

Erneuerbare Energien



Ausbau der Strom- und Gasleitungen



■ Außerordentlich/sehr wichtig ■ Wichtig  
■ Weniger wichtig/völlig unwichtig ■ Keine Angabe

Anmerkung: Abweichungen zu 100% sind rundungsbedingt

• E3 – Ich lese Ihnen nun einige Aussagen vor. Bitte sagen Sie mir, ob diese jeweils bei Ihnen zutrifft oder nicht zutrifft. • E13 – Ich lese Ihnen nun einige Energiethemen vor, zu denen Sie Informationen erhalten können. Wie wichtig sind Ihnen Informationen zu diesen Themen?

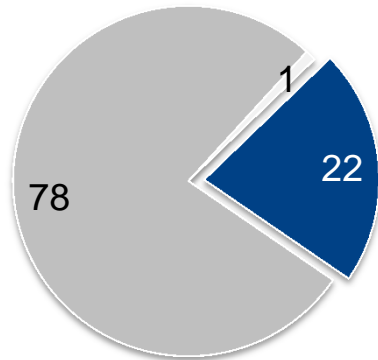
Basis 2013: 9,7 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=1.004)

# Fast 30% kennen die Energieberatung der Verbraucherzentrale oder des VerbraucherService Bayern

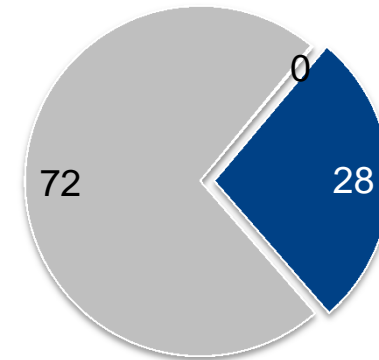


Angaben in %

### Bekanntheit von Informationen der Bayerischen Staatsregierung zu Energiesparen und -effizienz



### Bekanntheit der Energieberatung der Verbraucherzentrale oder des VerbraucherService Bayern



■ Ja ■ Nein ■ Keine Angabe

Anmerkung: Abweichungen zu 100% sind rundungsbedingt

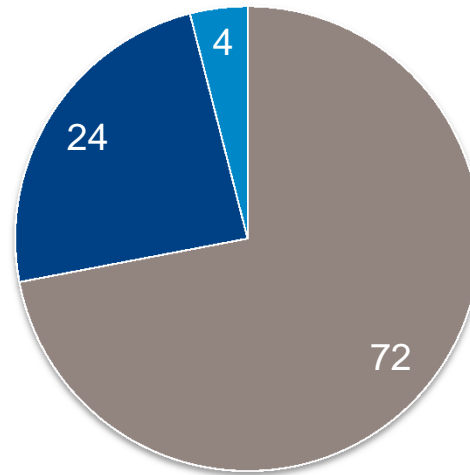
• E14 – Kennen Sie Informationen der Bayerischen Staatsregierung zu den Themen Energiesparen und Energieeffizienz? • E15 – Kennen Sie die Energieberatung, wie sie z.B. von der Verbraucherzentrale Bayern oder dem Verbraucherservice Bayern angeboten wird?  
Basis 2013: 9,7 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=1.004)

# Fast 30% der Bayern kennen die Energieberatung bzw. haben diese schon in Anspruch genommen



## Bekanntheit und Inanspruchnahme Energieberatung

Angaben in %



- Energieberatung nicht bekannt
- Energieberatung bekannt, aber nicht in Anspruch genommen
- Energieberatung in Anspruch genommen

Anmerkung: Abweichungen zu 100% sind rundungsbedingt

• E15 – Kennen Sie die Energieberatung, wie sie z.B. von der Verbraucherzentrale Bayern oder dem Verbraucherservice Bayern angeboten wird? • E15a – Haben Sie eine derartige Beratung schon einmal in Anspruch genommen?

Basis 2013: 9,7 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=1.004)

# Energieverträge

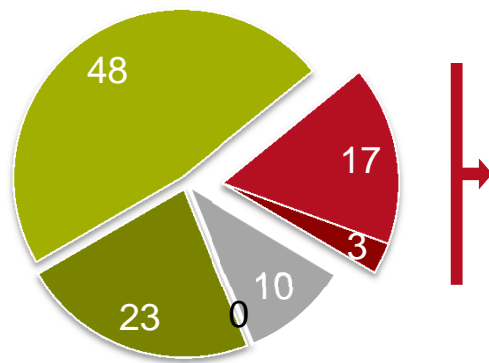
10.

# Jeder fünfte Verbraucher in Bayern versteht seine Stromabrechnung kaum oder gar nicht



## Verständlichkeit der Stromabrechnung

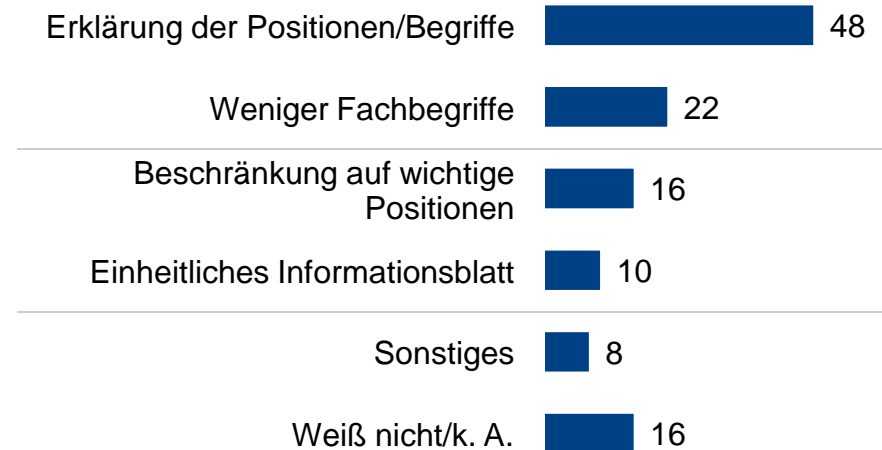
Angaben in %



- Sehr verständlich
- Im Großen und Ganzen verständlich
- Eher weniger verständlich
- Überhaupt nicht verständlich
- Ich kenne meine Stromrechnung nicht
- Keine Angabe

## Vorschläge zur Verbesserung

Ungestützte Abfrage | Mehrfachnennungen | in %



Anmerkung: Abweichungen zu 100% sind rundungsbedingt

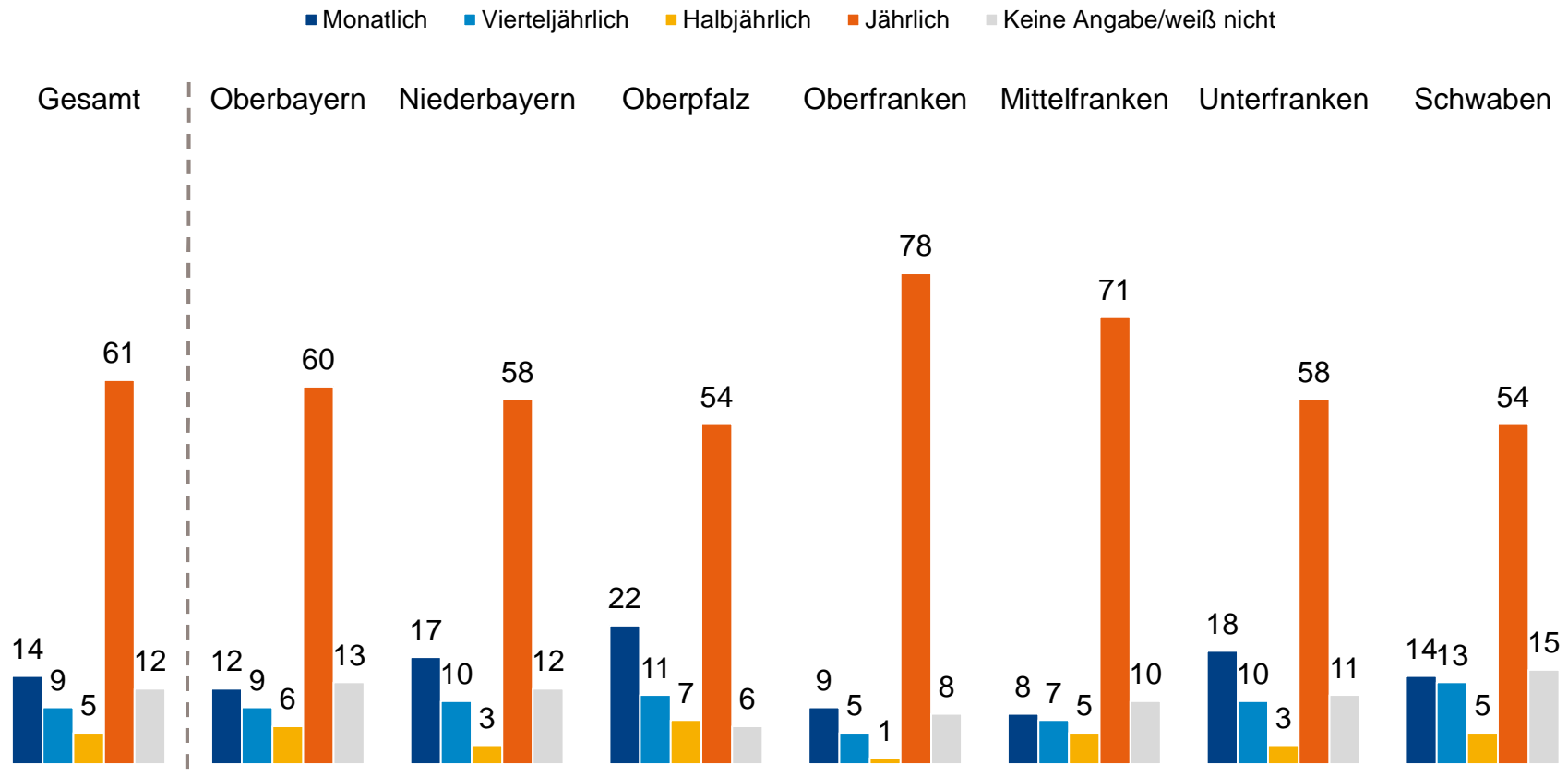
• EV1 – Für wie verständlich halten Sie Ihre Stromabrechnung? • EV1a – Was würde Ihrer Meinung nach die Verständlichkeit der Stromabrechnung verbessern?  
 Basis 2013: 9,7 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=1.004) bzw. 1,9 Mio. Verbraucher, denen die Stromrechnung wenig/überhaupt nicht verständlich ist (n=195)

# Die jährliche Stromrechnung ist die vorherrschende Abrechnungsform



## Häufigkeit der Stromabrechnung

Angaben in %



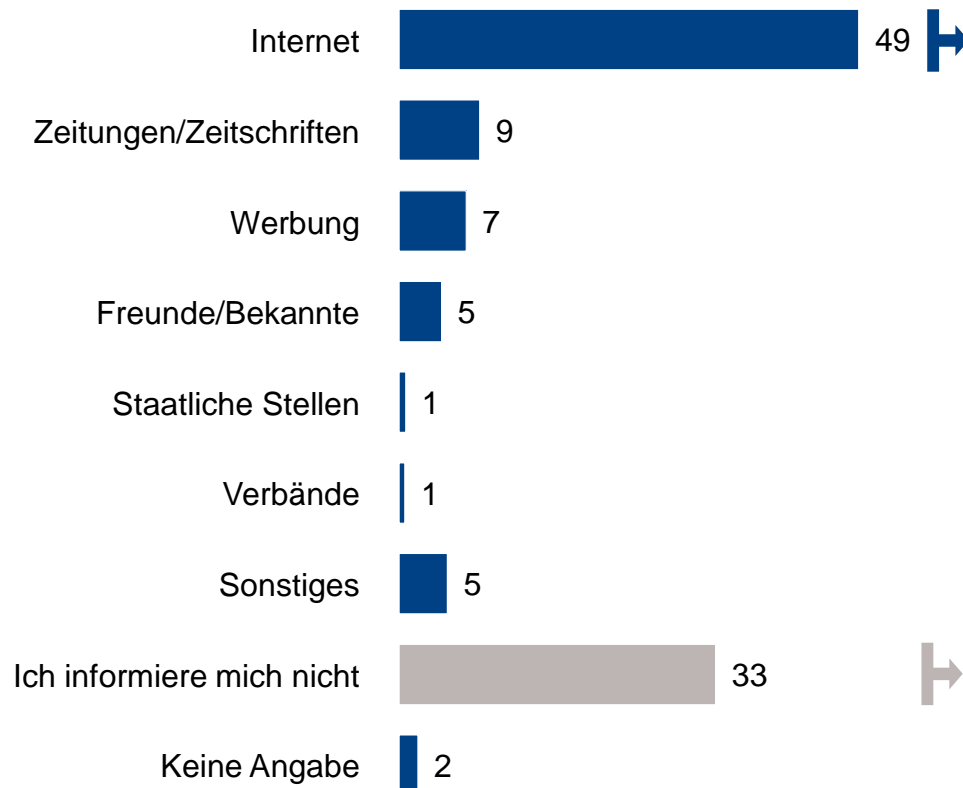
Anmerkung: Abweichungen zu 100% sind rundungsbedingt  
 • EV2 – Wie oft erhalten Sie für Ihren Haushalt eine Stromabrechnung?  
 Basis 2013: 9,7 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=1.004)

# Das Internet ist die klar dominierende Informationsquelle bei der Suche nach günstigeren Stromtarifen



## Genutzte Informationsquellen

Ungestützte Abfrage | Mehrfachnennungen | in %



Internet als Informationsquelle	
• 14-29 Jährige	63%
• 30-49 Jährige	61%
• 50+ Jährige	33%

Ich informiere mich nicht	
• 14-29 Jährige	28%
• 30-49 Jährige	26%
• 50+ Jährige	42%

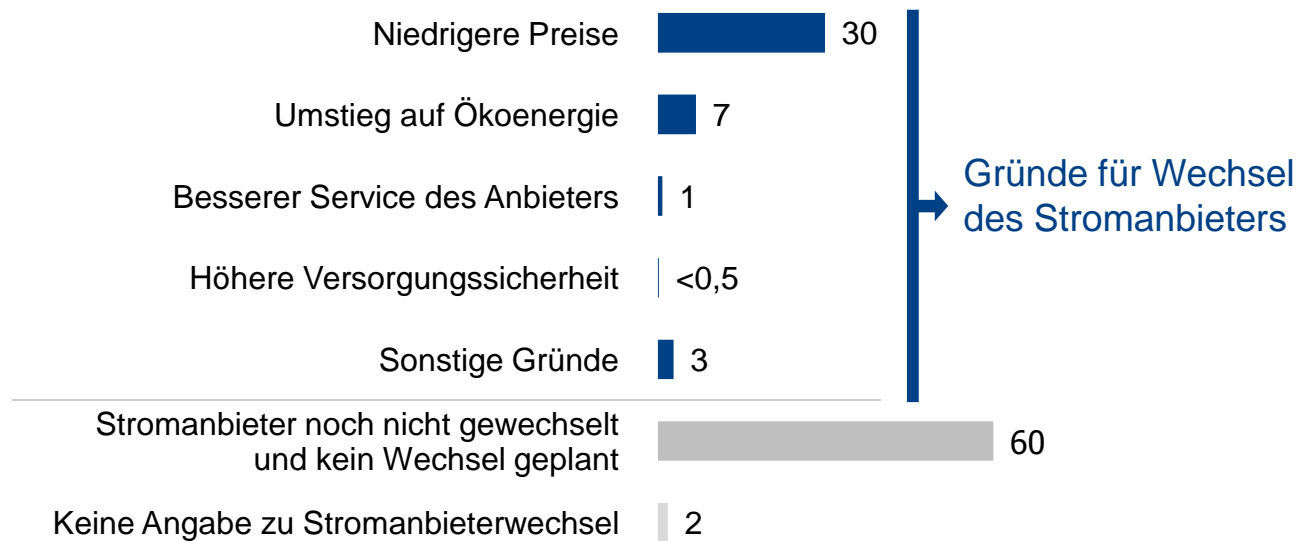
• EV3 – Wie informieren Sie sich über andere Tarife Ihres Stromanbieters bzw. Angebote anderer Stromanbieter?  
Basis 2013: 9,7 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=1.004)

# Niedrige Preise waren für bayerische Verbraucher der wichtigste Grund für den Wechsel des Stromanbieters



## Wechsel des Stromanbieters und deren Gründe

Ungestützte Abfrage | Mehrfachnennungen | Angaben in %



Anmerkung: Abweichungen zu 100% sind rundungsbedingt

• EV4 – Haben Sie schon einmal den Stromanbieter gewechselt oder beabsichtigen Sie dies in absehbarer Zeit zu tun? • EV4a – Was waren bzw. sind Ihre Gründe dafür, den Stromanbieter zu wechseln?

Basis 2013: 9,7 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=1.004)

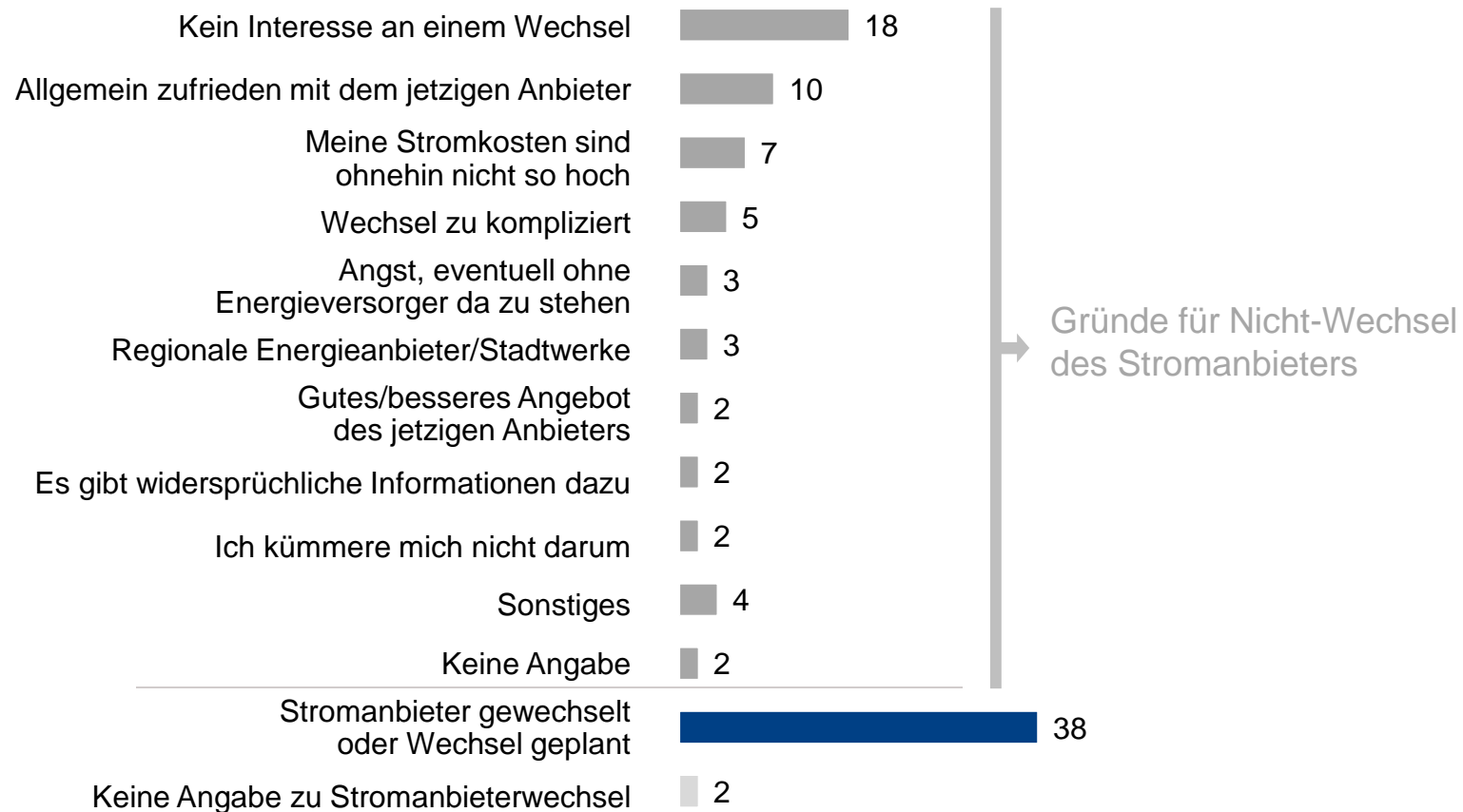


# Nahezu jeder 5. Verbraucher hat kein Interesse, den Stromanbieter zu wechseln



## Wechsel des Stromanbieters und Gründe für Nicht-Wechsel

Ungestützte Abfrage | Mehrfachnennungen | Angaben in %\*



\* Nennungen >2,1% angegeben; Anmerkung: Abweichungen zu 100% sind rundungsbedingt

• EV4 – Haben Sie schon einmal den Stromanbieter gewechselt oder beabsichtigen Sie dies in absehbarer Zeit zu tun? • EV4b – Was waren bzw. sind die Gründe dafür, dass Sie den Stromanbieter noch nicht gewechselt haben bzw. nicht wechseln wollen?

Basis 2013: 9,7 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=1.004)

# Anhang und Methode

11.

# Studiensteckbrief



## Hintergrund

Der Verbrauchermonitor Bayern wurde im Auftrag des Bayerischen Staatsministeriums der Justiz und für Verbraucherschutz, des Bayerischen Staatsministeriums für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie und des Bayerischen Staatsministeriums für Umwelt und Gesundheit durchgeführt.

In Bayern wurde der Verbrauchermonitor zum fünften Mal erhoben, in diesem Jahr mit dem Schwerpunkt Energie und Wohnen.

Die inhaltliche Konzeption der Erhebung wurde gemeinsam mit dem Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg vorgenommen, wo die Studie ebenfalls durchgeführt wurde. Durch diese Kooperation konnten Synergien genutzt werden.

---

## Erhebungsmethode

Telefonische Interviews per CATI (computer assisted telephone interviews)

---

## Stichprobe

n=1.004 Interviews mit Personen 14 Jahre und älter in Bayern  
Zufallsauswahl mit dem „Last Birthday“-Verfahren

---

## Erhebungszeitraum

13. Mai bis 14. Juni 2013

---

## Interviewdauer

24 Minuten

# Berechnung des Verbrauchervertrauensindexes – Methode: Hauptkomponentenanalyse



## Statements: Ich vertraue darauf, dass ...

... die Informationen und Kennzeichnungen auf den Produkten vollständig und richtig sind, wenn ich etwas kaufe.

... die verfügbaren Lebensmittel ausführlich kontrolliert worden sind und gesundheitlich unbedenklich sind.

... die Produkte, die im Handel angeboten werden, ausreichend auf ihre Sicherheit geprüft worden sind.

... meine Rechte als Verbraucher mich bei Problemen mit Produkten, Dienstleistungen und Anbietern ausreichend schützen.

## Skala:

Trifft voll und ganz zu

Trifft sehr zu

Trifft teilweise zu

Trifft weniger zu

Trifft überhaupt nicht zu

Keine Angabe (für Berechnung durch Mittelwert ersetzt)

- Berechnung erfolgt mittels einer Hauptkomponentenanalyse, einer Faktorenanalyse
- Dabei gehen die vier Items gewichtet in die Berechnung ein: Gewichtet wird nach dem „Eigenwert“ eines Faktors (= dessen Varianzbeitrag in Hinblick auf die Varianz aller Variablen);
- Die Items zur Produkt- und Lebensmittelsicherheit leisten einen etwas höheren Beitrag zur Erklärung der Gesamtvarianz, daher gehen sie mit einem minimal höheren Gewicht in die Berechnung ein.
- Das Ergebnis ist ein Index mit maximal 100 und minimal 0 Punkten

## Zuordnung zur Verbrauchertypologie

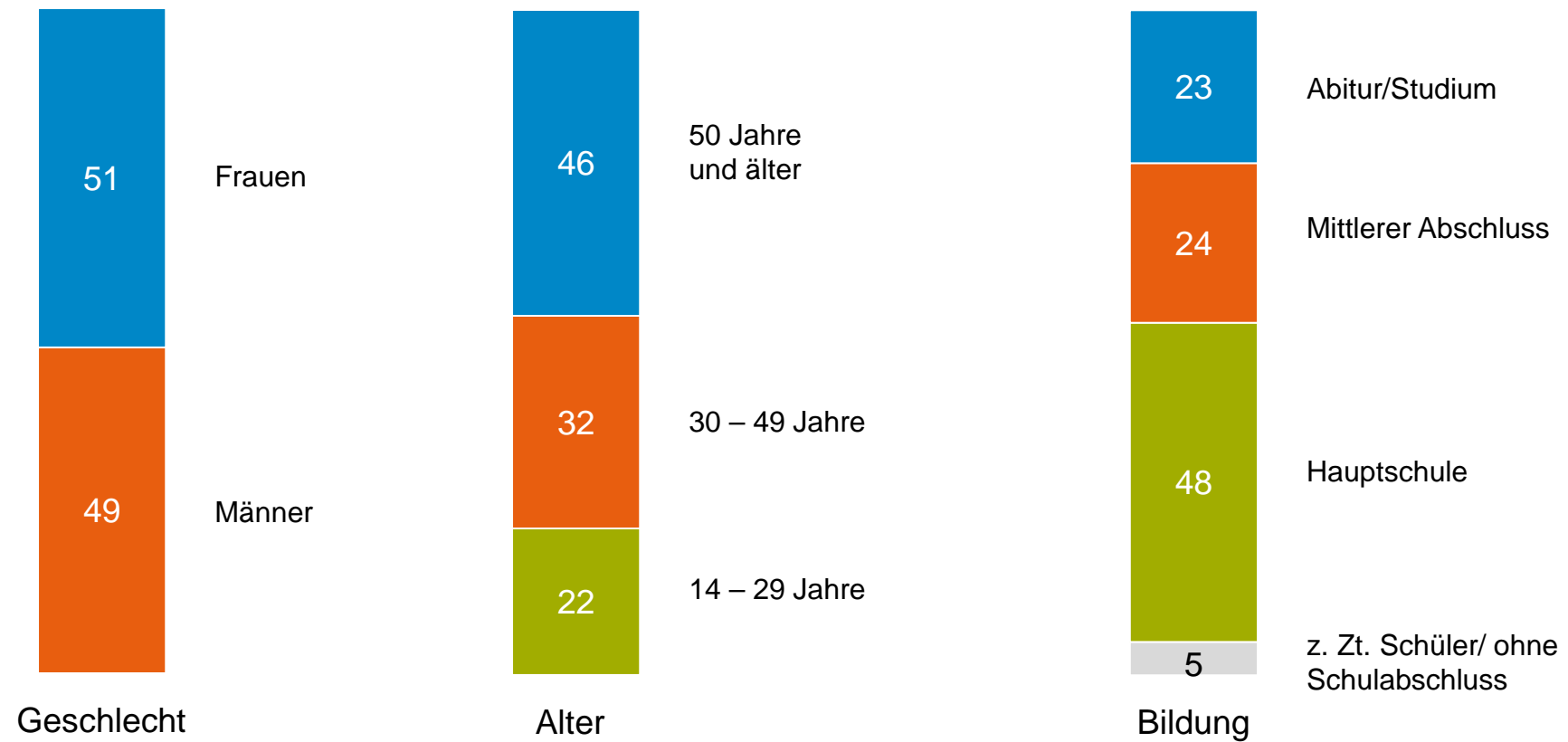
vertrauende Verbraucher	87.00-100	Punkte
zuversichtliche Verbraucher	61.00-86.99	Punkte
wohlwollende Verbraucher	40.00-60.99	Punkte
verunsicherte Verbraucher	14.00-39.99	Punkte
misstrauische Verbraucher	0.00-13.99	Punkte



# Stichprobenstruktur (1)

## Struktur der Stichprobe nach soziodemografischen Merkmalen

Angaben in %



Basis 2013: 9,7 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=1.004)

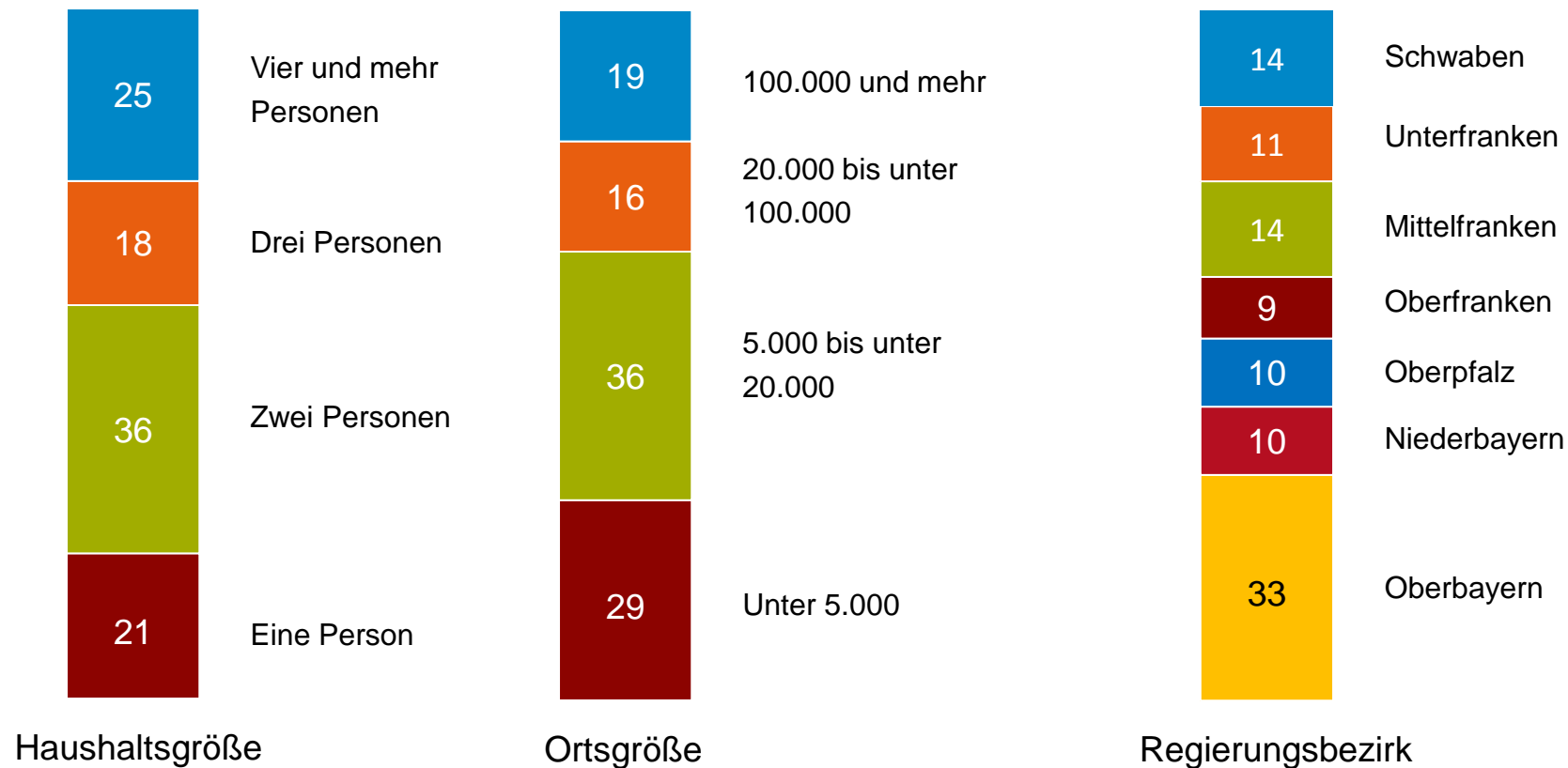
© GfK 2013 | Verbrauchermonitor Bayern | 01. August 2013 | Im Auftrag des Staatsministeriums der Justiz und für Verbraucherschutz Bayern



## Stichprobenstruktur (2)

### Struktur der Stichprobe nach soziodemografischen Merkmalen

Angaben in %



Anmerkung: Abweichungen zu 100% sind rundungsbedingt  
Basis 2013: 9,7 Mio. Verbraucher in Bayern ab 14 Jahren (n=1.004)