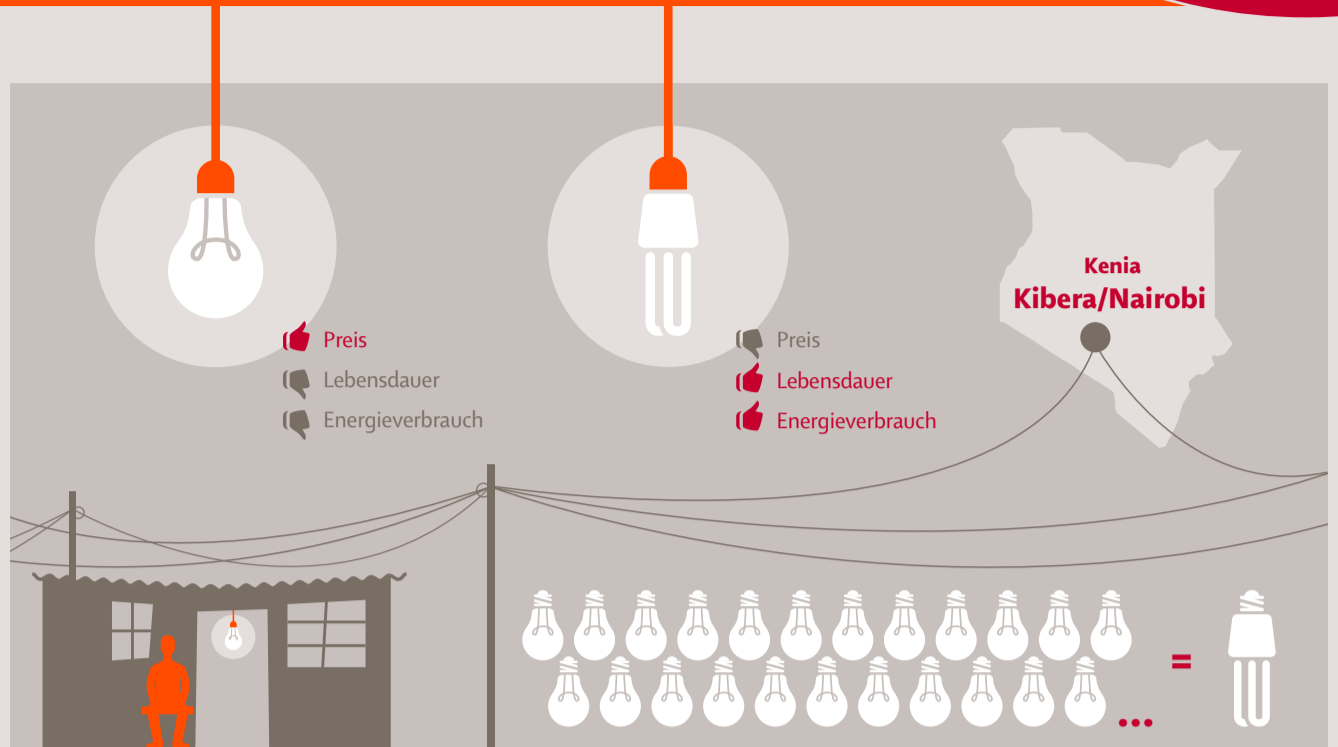


## Problem

Klimaeffiziente Technologien senken den Energieverbrauch und den weltweiten Ausstoß von Treibhausgasen. Die Anschaffungskosten solcher Technologien sind aber meist höher.

### Was motiviert Menschen zum Kauf von energiesparenden Technologien?

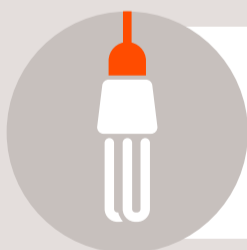
Eine Studie zum Einsatz von Energiesparlampen aus dem Jahr 2014, die in Kibera/Kenia durchgeführt wurde, gibt Aufschluss:



## Studie zum Einsatz von Energiesparlampen\*



## Ergebnis



Um Menschen zu bewegen, zu energieeffizienten Technologien zu greifen, sollten finanzielle Mittel mit Informationen gepaart werden: Finanzielle Subventionen hatten in der Studie die vierfache Wirkung, **wenn die Vorteile von Energiesparlampen durch Flyer** erläutert wurden.

## Mögliche Folgen für Projekte zum Einsatz von klimaeffizienten Technologien



Reine Informationskampagnen hatten in der vorliegenden Studie im Vergleich zur Kontrollgruppe keinen Effekt. **Erst kombiniert** mit finanzieller Unterstützung wurde die Anzahl der gekauften effizienten Glühbirnen verzehnfacht.



Immer die **individuellen Bedürfnisse vor Ort berücksichtigen und die Art der Unterstützung anpassen**, anstatt die Logiken anderer Länder zu übertragen: Energieersparnis als ökonomische Motivation ist etwa für Menschen, die selbst nichts oder einen Fixpreis für ihren Strom zahlen, kein finanzieller Anreiz.

# Motivation für den Einsatz klimaeffizienter Technologien

Was beeinflusst Konsumentenverhalten?

[www.klimalog.info](http://www.klimalog.info)

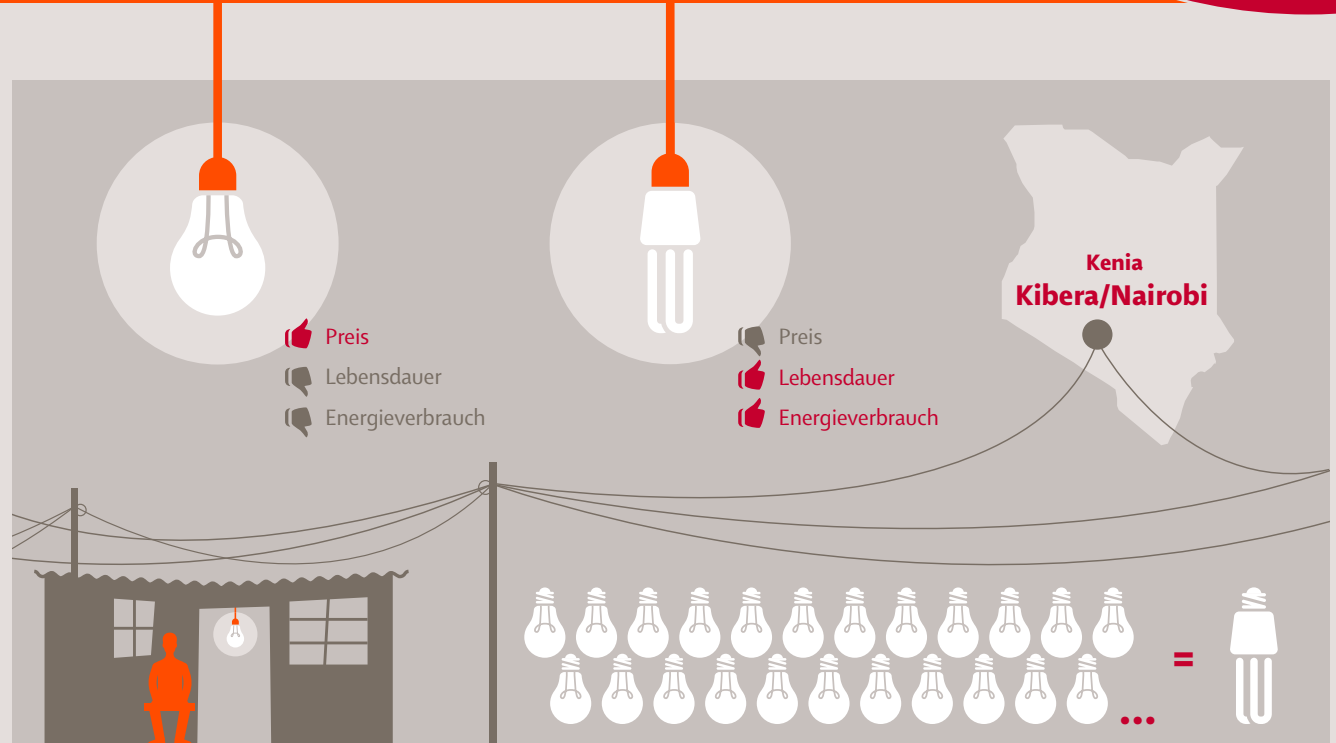
#Klimalog

## Problem

Klimaeffiziente Technologien senken den Energieverbrauch und den weltweiten Ausstoß von Treibhausgasen. Die Anschaffungskosten solcher Technologien sind aber meist höher.

## Was motiviert Menschen zum Kauf von energiesparenden Technologien?

Eine Studie zum Einsatz von Energiesparlampen aus dem Jahr 2014, die in Kibera/Kenia durchgeführt wurde, gibt Aufschluss:



# Studie zum Einsatz von Energiesparlampen\*



Gruppe 1 erhält:



Information: Flyer zu Vorteilen von Energiesparlampen

Gruppe 2 erhält:



Geld: Gutschein für eine vergünstigte Energiesparlampe

Gruppe 3 erhält:



Infolyer + Gutschein

Kontrollgruppe erhält:



Was führt zum Kauf der Energiesparlampe?



8%



23%

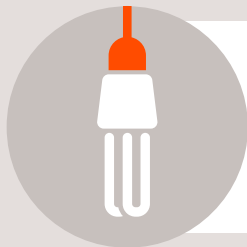


84%



8%

## Ergebnis



Um Menschen zu bewegen, zu energieeffizienten Technologien zu greifen, sollten finanzielle Mittel mit Informationen gepaart werden: Finanzielle Subventionen hatten in der Studie die vierfache Wirkung, **wenn die Vorteile von Energiesparlampen durch Flyer** erläutert wurden.



## Mögliche Folgen für Projekte zum Einsatz von klimaeffizienten Technologien



Reine Informationskampagnen hatten in der vorliegenden Studie im Vergleich zur Kontrollgruppe keinen Effekt. **Erst kombiniert** mit finanzieller Unterstützung wurde die Anzahl der gekauften effizienten Glühbirnen verzehnfacht.



Immer die **individuellen Bedürfnisse vor Ort berücksichtigen und die Art der Unterstützung anpassen**, anstatt die Logiken anderer Länder zu übertragen: Energieersparnis als ökonomische Motivation ist etwa für Menschen, die selbst nichts oder einen Fixpreis für ihren Strom zahlen, kein finanzieller Anreiz.

\* Eine Studie des Deutschen Instituts für Entwicklungspolitik (DIE) (Aurelia Figueroa, Anna Pegels, Babette Never), der Universität Heidelberg und University College London (2014). Befragt wurden 321 Personen aus Kibera/Kenia.

d.i.e

Deutsches Institut für  
Entwicklungspolitik



German Development  
Institute