

Press release

Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg

Blandina Mangelkamer

05/11/2023

<http://idw-online.de/en/news814132>

Research results
Psychology, Social studies
transregional, national



EU-Energielabel: Energieeffizient ist nicht gleich energiesparsam

Ob auf Kühlschrank, Waschmaschine oder Fernseher: Das EU-Energielabel soll es Konsument*innen erleichtern, sich beim Kauf von elektronischen Haushaltsgeräten für energiesparende Geräte zu entscheiden. Eine Studie der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg (FAU) zeigt nun, dass Käufer/-innen durch die Gestaltung des Etiketts jedoch in die Irre geführt werden.

Die EU-Energieverbrauchskennzeichnung (auch EU-Energielabel oder Energieetikett genannt) gibt Auskunft über Merkmale wie Energieeffizienz und Energieverbrauch von elektronischen Haushaltsgeräten aller Art. Diese Informationen sollen Konsument/-innen dabei unterstützen, sich beim Kauf neuer Elektrogeräte für energiesparendere Geräte zu entscheiden. Das schont einerseits den eigenen Geldbeutel und trägt andererseits zum Klimaschutz bei.

In einer Umfrage der EU im Jahr 2019 war das Energieetikett 93 Prozent der Konsument/-innen bekannt; 79 Prozent berücksichtigten es beim Kauf neuer Elektrogeräte. Empirische Untersuchungen zur Wirkung des Labels zeigen aber, dass Konsument/-innen vor allem auf die Energieeffizienzklasse achten. Diese steht im Mittelpunkt des Etiketts und ist mit Hilfe einer farbig abgestuften Ampelskala leicht interpretierbar. Das Problem: Energieeffizientere Geräte können mehr Energie verbrauchen als weniger energieeffiziente Geräte – zum Beispiel, weil sie mehr Funktionen anbieten oder größer sind. Das ist vielen Konsument/-innen jedoch nicht bewusst. Sie sind häufig sogar bereit, mehr für ein Gerät mit besserer Energieeffizienzklasse zu bezahlen.

Die Tendenz, den Energieverbrauch eines Elektrogeräts anhand seiner Energieeffizienzklasse zu beurteilen, wird als „Energieeffizienz-Trugschluss“ (energy-efficiency fallacy) bezeichnet. In seiner von Dr. Karen Döring betreuten experimentellen Masterarbeit am Lehrstuhl für Psychologie, insbesondere Wirtschafts- und Sozialpsychologie, ging Stefan Kolb der Frage nach, inwiefern das Design des Energieetiketts diesen Trugschluss fördert.

Hierzu entwarf er drei alternative Etiketten und ließ Versuchspersonen zwischen Elektrogeräten wählen, von denen jeweils eines energieeffizienter und das andere energiesparender war. Einem Teil der Versuchspersonen wurden die Geräte mit dem Original-Energieetikett der EU gezeigt, den anderen mit jeweils einem der drei anderen, fiktiven Etiketten. Es zeigte sich, dass sich die Versuchspersonen am häufigsten für das energiesparendere Gerät entschieden, wenn die Energieeffizienzklasse nur als Buchstabe dargestellt war, der Energieverbrauch jedoch als farbige Ampelskala: 78 Prozent der Befragten wählten in diesem Fall das energiesparendere Gerät, beim Original-EU-Etikett waren es nur 39 Prozent. Forderte man die Versuchspersonen explizit dazu auf, auf Energiesparendkeit zu achten, stieg der Wert bei diesem Etikett sogar auf 96 Prozent im Vergleich zu 63-65 Prozent bei den anderen drei Etiketten. Dies zeigt, dass Konsument/-innen motiviert und auch dazu in der Lage sind, sich für energiesparende Elektrogeräte zu entscheiden, wenn der Energieverbrauch einfach und optisch auffällig dargestellt wird. Bei der existierenden EU-Energieverbrauchskennzeichnung fällt ihnen das schwerer, weil hier das Augenmerk vor allem auf die Energieeffizienzklasse gelenkt wird.

contact for scientific information:

Weitere Informationen:

Dr. Karen Döring
Lehrstuhl für Psychologie, insb. Wirtschafts- und Sozialpsychologie
Tel.: 0911/5302-95248
karen.doering@fau.de