



Energie

Nationale Forschungsprogramme 70 und 71

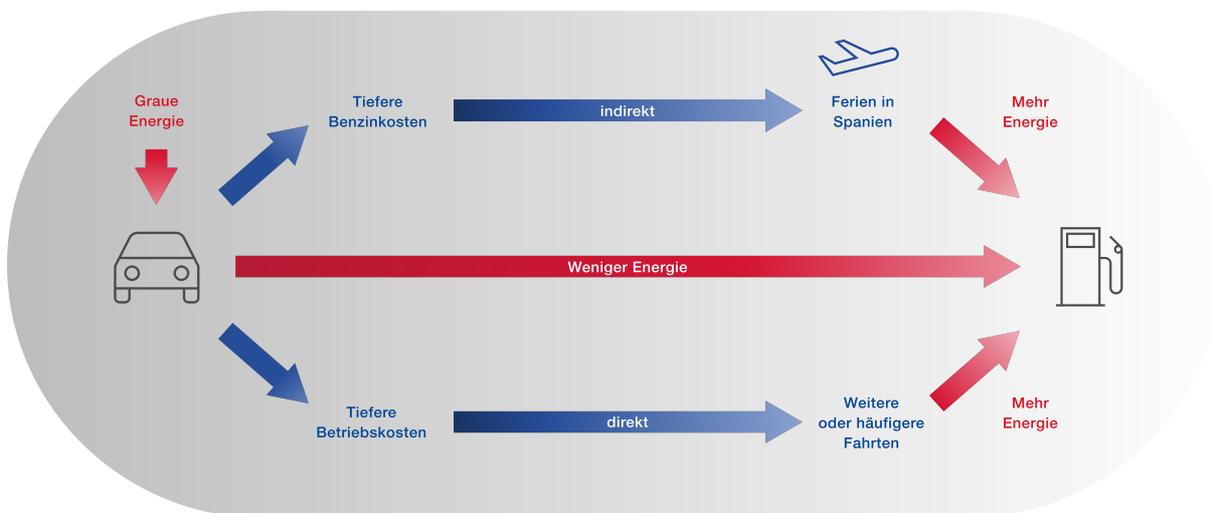
Karteikarte

Rebound-Effekte verhindern!



Rebound-Effekte verhindern!

Rebound-Effekte verhindern!



Rebound-Effekt - Konsument/innen Quelle: Steven Sorrell. *The Rebound Effect: an assessment of the evidence for economy-wide energy savings from improved energy efficiency*; UK Energy Research Centre, London, 2007

Einsparungen führen häufig an anderen Orten zu einem Mehrkonsum. Speziell im Umfeld neuer Mobilitätsangebote müssen darum derartige Rebound-Effekte systematisch untersucht und bei Bedarf Gegenmassnahmen ergriffen werden.

Jedem neuen Mobilitätsangebot wohnt die Gefahr inne, dass die kilometerbezogene Energieeinsparung durch eine Mengenausweitung (über-)kompensiert wird. In diesem Zusammenhang spricht die Wissenschaft von induzierten Effekten oder etwas allgemeiner von Rebounds. Rebound-Effekte entstehen beispielsweise dann, wenn jemand ein besonders verbrauchsgünstiges Auto anschafft und das zum Anlass nimmt, mehr zu fahren oder sich eine längere Flugreise zu gönnen. Damit wird unter dem Strich keine Energie eingespart, sondern mehr konsumiert. Bei der Evaluation neuer Angebote gilt es deshalb, potenzielle Rebound-Effekte systematisch zu untersuchen und gegebenenfalls Gegenmassnahmen einzuleiten.¹

Neue Mobilitätsserviceangebote, die ja zunächst meist aus Gründen der Wirtschaftsförderung eingeführt werden, sollten deshalb immer detailliert auf ihre Umwelteffekte hin überprüft werden. Bei derartigen Bewertungen – beispielsweise von Sharing-Angeboten – müssen also in den Pilotprojekten im Hinblick auf Energieeinsparungen nicht nur die direkten, sondern auch Rebound-Effekte berücksichtigt werden. Nur Angebote mit insgesamt positiven Auswirkungen sollten langfristig staatlich unterstützt werden. Dabei ist es sinnvoll, wenn sich Institutionen und Städte (z.B. Sharing Cities) in einer frühen Phase der Verbreitung



zusammentun, um gemeinsam negative Auswirkungen zu verhindern und das Energiesparpotenzial zu erhöhen.

Anmerkungen und Referenzen

1 Solche Gegenmassnahmen können beispielsweise als sogenannte «Nudges» konzipiert werden, also als Verhaltensvorschläge ohne Zwang; beispielsweise: «Mit Ihrer Zugfahrt heute sparen Sie gegenüber einer Autofahrt 100 Franken. Sie können dieses Geld in einen Kurzstreckenflug investieren oder sich dafür eine Konzertkarte in Ihrer Stadt kaufen. Beides kann Spass machen, im zweiten Fall profitiert aber die Umwelt mehr.»