



# Projekt

Förderung von energiesparendem Verhalten in Städten





## Sportvereine sind die Motivatoren

Sein eigenes Verhalten zu ändern ist schwierig. Doch wie sieht es aus, wenn ein Verein seine Mitglieder dazu animiert? Forschende der ZHAW und der ETH Zürich haben das untersucht und sind auf interessante Ergebnisse gestossen.



Der Umstieg vom Auto zum Fahrrad könnte in Sportvereinen gut funktionieren. *Quelle: Shutterstock*





## Auf einen Blick

- Sportvereine und andere soziale Gruppen können mithelfen, mit Energiekampagnen eine breite Öffentlichkeit zu erreichen.
- Energiekampagnen haben dann einen langfristigen Effekt, wenn sie nicht nur informieren, sondern wenn sie ermöglichen, dass die Leute energiesparende Technologien und Lebensstile konkret ausprobieren und erleben können.

Ob die Ziele der Energiestrategie 2050 erreicht werden können, hängt in erster Linie von Bund und Kantonen ab. Wichtig sind aber auch die Schweizer Städte. Denn: Vier von fünf Personen leben in der Schweiz in städtischen Gebieten. Wie gross angelegte Umweltkampagnen in den Städten ankommen, lässt sich anhand der Nutzung von E-Bikes beobachten. Zwar verzichten mittlerweile viele Personen auf ihr Auto und sind auf das Elektrovelo umgestiegen, doch das städtische Angebot greift nicht bei allen Bevölkerungsgruppen.

## Mit dem Auto oder mit dem Velo zum Training?

Die Frage ist: Wie gut erreicht man diese urbane Bevölkerung effektiv mit Energiekampagnen? Forschende der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW) und der ETH Zürich wollten herausfinden, ob Sportclubs eine Rolle als Umsetzungspartner einnehmen können. Der Hintergrund ist ihre hohe Anzahl – in der Schweiz existieren über 20'000 Sportvereine. Bisher traten diese Vereine aber nicht als grüne Motivatoren in Erscheinung.



## Mehr Lob, mehr Wirkung

Für das Projekt arbeiteten die Forschenden eng mit den drei Städten Baden, Zug und Winterthur zusammen. Gemeinsam mit diesen Städten entwickelten die Forschenden drei verschiedene Studien. Ziel der ersten war es, Sportvereinsmitglieder dazu anzuspornen, mit dem Fahrrad zum Training zu erscheinen. Die Stadt Winterthur organisierte dazu einen Wettbewerb zwischen verschiedenen Sportvereinen.

Die Motivationsspritze der Vereine wirkte sich positiv aus: Während der sechs Wochen des Wettbewerbs radelten die Sporttreibenden deutlich häufiger zum Training und es wählte fast niemand mehr das Auto zum Training. Die Ergebnisse aus einer Befragung der Teilnehmenden zeigen: Je stärker die soziale Norm im Team, das Auto stehen zu lassen, desto stärker stieg auch ihre Motivation an.

## Neue Mobilitätsformen: Ausprobieren wirkt

In einer zweiten Studie ging es um die Förderung von E-Bikes durch eine Aktion, bei welcher Autofahrerinnen und Autofahrer ein zwei Wochen ein solches Fahrzeug testen konnten. Testpersonen erinnerten sich auch ein Jahr nach der Aktion noch gut ans E-Bike-Fahren und haben Leuten aus ihrem Umfeld empfohlen, es ebenfalls auszuprobieren. Über die Hälfte von ihnen gibt zudem an, seit der Aktion öfter ohne Auto unterwegs zu sein. Zudem assoziieren die Teilnehmenden nach dem Ausprobieren eines E-Bikes typische Alltagsmobilitätssituationen wie Pendeln öfter mit dem E-Bike als mit dem Auto. Nach einem Jahr war dieser Effekt sogar noch stärker als direkt nach der Probephase. «Das ist ein Hinweis darauf, dass das Ausprobieren eines E-Bikes Mobilitätsgewohnheiten verändern kann», erklärt Studienleiterin Corinne Moser von der ZHAW School of Engineering.

## Juhuu, neue Duschbrausen!

Dass der sanfte, soziale Druck auch abseits von Sportvereinen zum Erfolg führt, zeigt das Beispiel einer dritten Studie im Schwimmbad Geiselweid in Winterthur. Während zwei Wochen prangte vor den Duschkabinen der Aufkleber: «Juhuu, neue Duschbrausen!» Diese neu installierten Brausen benötigten nur noch halb so viel Energie wie herkömmliche Modelle, weil sie halb so viel warmes Wasser verbrauchen. Ein zusätzlicher Aufkleber informierte die Badenden: «Das geht übrigens auch zu Hause ...»

Die Forschenden befragten Gäste des Schwimmbads nach ihren Eindrücken mit der neuen Brause. Und auch bei diesem Versuch kam zu Tage: Jede sechste befragte Person bestellte den neuen Duschkopf.



**Juhuu, neue  
Duschbrausen!**

## Grosse Wirkung bei richtiger Betreuung

Die Forschenden kommen zu einem differenzierten Schluss: Kampagnen von Vereinen sind zwar kein Allheilmittel bei der Sensibilisierung für Umweltbelange. Doch wenn genügend Zeit und Ressourcen in Projekte gesteckt werden, können damit durchaus neue Zielgruppen erreicht werden.



**Energie**

Nationale Forschungsprogramme 70 und 71

## Produkte aus diesem Projekt



- Navigating behavioral energy sufficiency. Results from a survey in Swiss cities on potential behavior change  
Publikationsdatum: 01.01.18
- Exploring societal preferences for energy sufficiency measures in Switzerland  
Publikationsdatum: 01.01.18
- Kommunale Interventionen und Kampagnen zur Förderung von energiesparendem Verhalten  
Publikationsdatum: 01.01.18
- Wirksame Energiesparinterventionen durch Zusammenarbeit von Städten und Forschung  
Publikationsdatum: 01.01.18
- Einbau effizienter Duschbrausen im Winterthurer Hallenbad Geiselweid: Substantielle Einsparungen und hohe Akzeptanz  
Publikationsdatum: 01.01.18
- 15 Sekunden duschen  
Publikationsdatum: 01.01.18
- E-Bike statt Auto: Mobilität wird grüner  
Publikationsdatum: 01.01.18
- Gute Noten für die neuen Duschen im Hallenbad  
Publikationsdatum: 01.01.18
- Faktor Mensch  
Publikationsdatum: 01.01.18
- Mehr Engagement für weniger Energie  
Publikationsdatum: 01.01.18
- Energie sparen: Beim Ferienflug hören die guten Vorsätze auf  
Publikationsdatum: 01.01.18
- Leserfrage: Was bringt uns dazu energiebewusster zu leben  
Publikationsdatum: 01.01.18
- E-bike trial weakens car use habit  
Publikationsdatum: 01.01.18
- Sportlich ins Training für eine bessere Luft  
Publikationsdatum: 01.01.18
- Erfolg mit neuen Duschbrausen im Hallenbad Geiselweid  
Publikationsdatum: 01.01.18
- Bike4Car: E-Bike-Fahren regt zum Umdenken an  
Publikationsdatum: 01.01.18
- Energiewende: Realität und Wunschdenken  
Publikationsdatum: 01.01.18
- Energyactors.ch Webtool  
Publikationsdatum: 01.01.18
- Projektwebseite der ZHAW  
Publikationsdatum: 01.01.18
- Bike4Car: E-Bike-Fahren regt zum Umdenken an  
Publikationsdatum: 01.01.18
- Diverse  
Publikationsdatum: 01.01.18

## Team & Kontakt

Prof. Dr. Bettina Furrer  
ZHAW  
Gertrudstrasse 15  
8401 Winterthur



Prof. Dr. Bettina Furrer  
Projektleiterin



Dr. Yann Blumer



Vivian Frick



Dr. Carmen Kobe



Dr. Corinne Moser



Dr. Roman Seidl



Prof. Dr. Michael  
Stauffacher



Uros Tomic

Alle Aussagen diesen Seiten bilden den Stand des Wissens per  
12.06.2019 ab.