

Abbildungsverzeichnis	13
Tabellenverzeichnis	15
Abkürzungsverzeichnis	17
I. Einleitung, Zielsetzung und Vorgehensweise	21
1. Einleitung	21
2. Zielsetzung	24
3. Vorgehensweise	24
II. Theoretische Vorüberlegungen zur Konzeptionierung von Energiesparprogrammen	27
1. Ausgangspunkt der Problembearbeitung: Die Methodik der Potentialabschätzung	27
1.1 Die errechneten Energiesparpotentiale als Begründung für politischen Handlungsbedarf	27
1.2 Mikroökonomische Interpretation des Wirtschaftlichkeitskalküls	28
1.3 Beispiel zur Errechnung von Energiesparpotentialen	32
1.4 Die "Conservation Supply Curve" als Darstellungsform der errechneten Energiesparpotentiale	34
1.5 Zwischenergebnis	36
2. Kritikpunkt 1: Das verwendete Wirtschaftlichkeitskalkül	35
2.1 Möglichkeiten unterschiedlicher Potentialabschätzungen	37
2.2 Problemfeld 1: Die Vergleichbarkeit der Alternativen	38
2.3 Problemfeld 2: Informationskosten	42
2.4 Problemfeld 3: Sonstige Kosten und Nutzen der unterschiedlichen Alternativen	44
2.5 Problemfeld 4: Die anzusetzende Nutzungsdauer	45

3.	Kritikpunkt 2: Kosten energiepolitischer Maßnahmen	45
4.	Hemmnisse rationeller Energienutzung als Begründung für unausgeschöpfte Energiesparpotentiale	48
4.1	Zum Hemmnisbegriff	48
4.2	Angebotsseitige Hemmnisse	50
4.3	Nachfrageseitige Hemmnisse	52
4.4	Unterschiedliche Renditeanforderungen der Energienachfrager: Hemmnis rationeller Energienutzung?	57
4.4.1	Das Argument	57
4.4.2	Das Konzept der impliziten Diskontrate	58
4.4.3	Empirische Ergebnisse	59
4.4.4	Zur Vergleichbarkeit der unterschiedlichen Zinssätze	62
5.	Zwischenergebnis und Ansatzpunkte für die Konzeptionierung energiepolitischer Maßnahmen	65
III.	Das LCP-Konzept	71
1.	Änderungen im energiewirtschaftlichen Umfeld als Auslöser unternehmerischer und regulatorischer Innovationen	71
2.	Konzeptionelle Annahmen und grundsätzliches Ziel von LCP	72
3.	Restriktionen der LCP-Konzeption	73
4.	Interpretationsspielraum von LCP	74
5.	DSM als zusätzliche Handlungsmöglichkeit im Rahmen des LCP	84
5.1	Ziele von DSM	84
5.2	Ziele von Energiesparprogrammen	85
5.3	Gestaltungsformen von Energiesparprogrammen	88

IV. Probleme und Lösungsansätze der Erstellung von Energiesparprogrammen	95
1. Vorüberlegungen	95
2. Anpassungsnotwendigkeiten der Unternehmensfundamente	97
3. Der Prozeßcharakter	101
4. Operativer Prozeß der Erstellung von Energiesparprogrammen	103
4.1 Prozeßstufe 1: Zielbildung	103
4.2 Prozeßstufe 2: Potentialsuche	109
4.3 Prozeßstufe 3: Ex-ante Erfolgsabschätzung	109
4.3.1 Vorbemerkungen	111
4.3.2 Problemfeld 1: Abschätzung der herbeigeführten Verbrauchsreduktionen	112
4.3.2.1 Ansatzpunkt der Erfolgsabschätzung: Ziele von DSM-Programmen	112
4.3.2.2 Abschätzung des spezifischen Investitionseffekts	117
4.3.2.3 Aggregation der spezifischen Einsparungen	119
4.3.2.4 Abschätzung des Mitnehmeranteils	122
4.3.3 Problemfeld 2: Vorteilhaftigkeit von Energiesparprogrammen aus den unterschiedlichen Perspektiven	125
4.4 Prozeßstufe 4: Programm-Marketing	129
4.4.1 Vorbemerkungen	129
4.4.2 Marktanalyse als Grundlage der Bestimmung des Marketing-Mix	131
4.4.2.1 Analyse des Kundenverhaltens	132
4.4.2.1.1 Ausgangspunkt: Modelle des Kundenverhaltens	132
4.4.2.1.2 Individualität von Bedürfnissen und Wünschen: Grundlage der Marktsegmentierung	133

	4.4.2.1.3	Beispiele für Marktsegmentierungen bei Energiesparprogrammen	138
	4.4.2.2	Analyse der Umwelt	142
	4.4.2.3	Analyse der Technik	145
	4.4.3	Bestimmung des Marketing-Mix	146
	4.4.3.1	Vorbemerkungen	146
	4.4.3.2	Produktpolitik	147
	4.4.3.3	Entgeltpolitik	154
	4.4.3.4	Kommunikationspolitik	160
	4.4.3.5	Distributionspolitik	172
4.5		Prozeßstufe 5: Programm-Durchführung	176
4.6		Prozeßstufe 6: Ex-post Erfolgskontrolle	178
	4.6.1	Vorüberlegungen zur ex-post Erfolgskontrolle	178
	4.6.2	Methoden der ex-post Erfolgskontrolle ("impact evaluation")	180
	4.6.2.1	Ansatzpunkte für Methoden der ex-post Erfolgskontrolle	180
	4.6.2.2	Vergleich von Daten der Verbrauchsabrechnung	181
	4.6.2.2.1	"Vorher-Nachher-Vergleich" des Energieverbrauchs der Programmteilnehmer	181
	4.6.2.2.2	"Nachher-Nachher-Vergleich" des Energieverbrauchs von Programmteilnehmern und Nicht-Programmtteilnehmern	182
	4.6.2.2.3	"Vorher-Nachher-Vergleich" des Energieverbrauchs der Programmteilnehmer mit Kontrollgruppe	184
	4.6.2.2.4	Weiterentwicklungen der Vergleichsverfahren	185
	4.6.2.3	Ökonometrische Modelle	186
	4.6.2.4	Technische Schätzwerte, angepaßt durch Stichprobenerhebung	187

V. Beispiel der Erstellung eines Energiesparprogramms für Kühlschränke unter deutschen Bedingungen	190
1. Vorbemerkungen	190
2. Prozeßstufe 1: Zielbildung	189
3. Prozeßstufe 2: Potentialsuche	190
3.1 Vorbemerkungen	190
3.2 Struktur des Elektrizitätsverbrauchs der privaten Haushalte	190
3.3 Auswahl geeigneter Geräte	191
3.4 Prognose der Nachfrageentwicklung von Kühlschränken	194
3.5 Suche förderfähiger Alternativen	196
4. Prozeßstufe 3: Ex-ante Erfolgsabschätzung	199
5. Prozeßstufe 4: Programm-Marketing	224
5.1 Marktanalyse	224
5.1.1 Analyse des Kundenverhaltens beim Kauf von Kühlschränken	224
5.1.2 Analyse des Kühlschrankmarkts	228
5.1.3 Analyse der unterschiedlichen Kühlschränke	231
5.2 Bestimmung des Marketing-Mix	232
5.2.1 Produktpolitik eines Rabattprogramms für Kühlschränke	232
5.2.2 Entgeltpolitik eines Rabattprogramms für Kühlschränke	235
5.2.3 Kommunikationspolitik für das Kühlschrankrabattprogramm	236
5.2.4 Distributionspolitik für das Kühlschrankrabattprogramm	246
6. Prozeßstufe 5 Programm-Durchführung	247
7. Prozeßstufe 6 Ex-post Erfolgskontrolle	247
VI. Zusammenfassung der Ergebnisse	253
Literaturverzeichnis	259