

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	5
Tabellenverzeichnis	5
Datenlisten	6
I. Einleitung	7
II. Entwicklungen im bundesdeutschen Energieverbrauch	11
<i>1. Zur Charakteristik gruppenspezifischer Energienachfragen</i>	11
1.1. Determinanten der Energienachfrage des produzierenden Sektors	11
1.2. Determinanten der Energienachfrage privater Haushalte	16
1.2.1. Sozio-ökonomische Entwicklungen in der BR Deutschland	18
1.2.1.1. Auf dem Weg in die Wohlstandsgesellschaft	18
1.2.1.2. Wandlungstendenzen im Berufsbereich	21
1.2.1.3. Anhebung des Einkommensniveaus	24
1.2.2. Nachfragestruktur und materielle Ausstattung bundesdeutscher Haushalte	29
1.2.3. Wohnungsversorgung	35
1.2.3.1. Wohnungswirtschaft und baugesetzliche Grundlagen	35
1.2.3.2. Die Wohnungssituation in der BR Deutschland	39
1.3. Determinanten der privaten Mobilitätsnachfrage	47
<i>2. Wer bestimmt den zukünftigen Energieverbrauch?</i>	52
2.1. Das Erklärungsmodell	54
2.2. Datenlage	56
2.3 Verbrauchsmuster und -effekte	60
2.3.1 Die Produzentenseite	60
2.3.1.1. Industrie	60
2.3.1.1.1 Intersektorale Effekte	60
2.3.1.1.2 Intra-sektorale Effekte	63
2.3.1.2. Kleinverbraucher	66
2.3.1.3. Kommerzieller Verkehr	67
2.3.2. Die Konsumentenseite	70
2.3.2.1. Der Energieverbrauch der Privaten Haushalte	70
2.3.2.2. Energieverbrauchsentwicklungen im Bereich Personenverkehr	73
<i>3. Schlußfolgerungen</i>	75

III. Energie - ein Phänomen, ein Konzept und eine Herausforderung	79
<i>1. Energie und gesellschaftliche Entwicklung.....</i>	<i>80</i>
<i>2. Die Entdeckung des efficiency gap und die Erkenntnis einer notwendigen Diskussion</i>	<i>84</i>
<i>3. Zusammenfassung</i>	<i>93</i>
IV. Vom Anspruch bis zur Wirklichkeit - die soziale Integration von Energienachfragen	95
<i>1. Vom Feuer zur energetischen Dienstleistungen.....</i>	<i>96</i>
<i>2. Großtechnologie, Marktmacht und Tarife - das »neue Gesicht« der Energie</i>	<i>100</i>
<i>3. Technostrukturen: die Institutionalisierung der Folgen</i>	<i>103</i>
Exkurs: Vernunft und konstruiertes Wissen.....	106
V. Drei Energiedienstleistungen - Drei Nachfragemuster	111
<i>1. Wärme</i>	<i>111</i>
1.1. Natürliche Wärme und Klima	113
1.2. Energierrelevante Faktoren des Bauens.....	114
1.3. Wärme als (über-)lebensnotwendiges Bedürfnis des Menschen.....	116
1.4 Wärme - nicht nur ein thermisches Erlebnis	122
1.5. Schlußfolgerungen.....	129
<i>2. Licht-Kunst-Beleuchtung.....</i>	<i>131</i>
2.1. Licht, Mensch und Gesundheit.....	131
2.2. Geschichte des künstlichen Lichts.....	134
2.3. Sehen und planbares Licht.....	135
2.4. Vor- und Nachteile verschiedener Beleuchtungssysteme.....	139
2.5. Licht in privaten Haushalten	144
2.6. Schlußfolgerungen.....	152
<i>3. Mobilität.....</i>	<i>155</i>
3.1. Verkehr und Infrastruktur.....	155
3.1.1. Auto und Strasse	155
3.1.2. Raumordnung	159
3.2. Mobilität vor dem Hintergrund wege-, zeit- und konsumökonomischer Definitionsansätze	164
3.2.1. Mobilität als aktivitätsinduzierte Wegehäufigkeit.....	164
3.2.2. Mobilität in zeitökonomischer Perspektive	165
3.2.3. Mobilität als Konsumgut	168

3.3. Schlußfolgerungen.....	173
4. Resümee: Bestimmungsfelder energetischer Dienstleistungen	175
VI. Die Psychologie der Energienachfrage	177
1. Aktivierende Prozesse.....	178
1.1. Emotionen	179
1.2. Motivationen	180
1.3. Einstellungen	182
1.4. Das Zusammenwirken aktivierender Prozesse - Ein Beispiel	186
2. Kognitive Prozesse	187
2.1. Wahrnehmung	187
Exkurs: Die Wirksamkeit von »feedback«-Programmen als Mittel zur Wahrnehmung und Reduzierung von Energieverbräuchen privater Haushalte	191
2.2. Denken.....	194
2.3. Lernen.....	197
3. Schlußfolgerungen und Diskussion von Maßnahmekonzepten zur Beeinflussung von Energienachfragen	198
Exkurs: Integrierte Angebots- und Nachfrageeinsparungsstrategie: Least- Cost-Planning	202
VII. Lebensstil: das soziale Bindeglied zwischen Individualität und Gesellschaftskultur	207
1. Theoretische Ansätze der Lebensstilforschung	207
1.1. Klassische Ansätze	208
1.2. Moderne Ansätze	210
1.3. Schlußfolgerungen.....	219
2. Lebensstile und Energienachfrage	220
2.1. Stadtverkehr und Wertewandel	220
2.2. Werte, Lebensstile und Konsummuster von Haushaltsenergieverbrauchern	226
2.2.1. Die Typologisierungskriterien der Haushalte	231
2.2.1.1. Wertestruktur	231
2.2.1.2. Lebensstile	232
2.2.1.3. Konsumverhalten	234
2.2.2. Verhaltensmotivationen und Energienachfrage	235
2.2.3. Anspruch und Wirklichkeit.....	238
2.2.4. Schlußfolgerungen und Diskussion von Marketingstrategien zur Förderung von Energieeinsparungen	241
VIII. Schlußfolgernde Zusammenfassung der Ergebnisse.....	245

Literaturhinweise	250
Anhang	267

Abbildungsverzeichnis

Abb. 01: Die Einkommenschichtung in der BR Deutschland.....	25
Abb. 02: Relationen privater Haushaltsausgaben.....	31
Abb. 04: Energieintensitäten bundesdeutscher Nachfragegruppen.....	53
Abb. 05: Anteilsverschiebungen von »Produzenten« und »Konsumenten«.....	54
Abb. 06: Verbrauchseffekte im industriellen Sektor.....	61
Abb. 07: Bruttowertschöpfung und Faktorinvestitionen der Industrie.....	64
Abb. 08: Verbrauchseffekte im Kleinverbrauchersektor.....	66
Abb. 09: Verbrauchseffekte im Kommerziellen Verkehrssektor.....	67
Abb. 11: Verbrauchseffekte im Bereich Personenverkehr.....	73
Abb. 12: Mensch und Wärme.....	113
Abb. 13: Geschätzter versus tatsächlicher Energieverbrauch.....	123
Abb. 14: Bedürfnistableau der Wärme.....	126
Abb. 15: Einkommen und Lichtnachfrage.....	148
Abb. 16: Lampenbetriebsstunden in amerikanischen Haushalten.....	149
Abb. 17: Lichtnachfrage und Haushaltsgröße.....	151
Abb. 18: Lichtnachfrage und Wohnungsgröße.....	151
Abb. 19: Personenverkehr und Verkehrsarten.....	165
Abb. 20: Nachfragetrends von »Arbeits-« und »Freizeitmobilität«.....	171
Abb. 21: PKW-Bestand nach Größenklassen.....	173
Abb. 22: Maslowsche Bedürfnishierarchie.....	181
Abb. 23: Das Individuelle Überzeugungssystem.....	183
Abb. 24: Verteilung der Einstellungstypen zum Stadtverkehr.....	221
Abb. 25: Die sieben Kieler Haushaltstypen.....	227
Abb. 26: Die Werteverteilung der Kieler Haushalte.....	232
Abb. 27: Lebensstilistische Einstellungen der Kieler Haushalte.....	233
Abb. 28: Das Konsumverhalten der Kieler Haushalte.....	234
Abb. 29: Das Energie- und Umweltbewußtsein der Kieler Haushalte.....	238

Tabellenverzeichnis

Tab. 01: Worauf 18-24 jährige Jugendliche im jeweils eigenen Land stolz sind	20
Tab. 02: Wandlungen im Berufsbild.....	23
Tab. 03: Sektorale Verschiebungen im Beschäftigungssystem.....	23
Tab. 04: Anteile der Haushalte an Einkommen und Vermögen 1983.....	28
Tab. 06: Zeitverwendungsmuster der häuslichen Arbeit.....	33
Tab. 08: Spez. Stromverbäuche, Haushaltsmitgliederzahl und Stromkosten.....	41
Tab. 09: Die bundesdeutsche Wohnsituation.....	41
Tab. 10: Bruttoanlageinvestitionen im bundesdeutschen Verkehr.....	47
Tab. 11: Nachfragegruppenspezifische Endenergieverbrauchsanteile.....	52
Tab. 12: Industrielle Bruttowertschöpfung, Energieverbrauch und Intensitäten..	62
Tab. 13: Branchenspezifische Wirtschaftlichkeitskennzahlen der Industrie.....	65
Tab. 14: Energieverbrauch, Bruttowertschöpfung und Energieintensität.....	68
Tab. 16: Verteilung und Intensität von energetischen Dienstleistungen.....	72

Tab. 17: Verbrauchsintensität und modale Verteilung von Verkehrsleistungen..	74
Tab. 19: Verbrauchsrelationen im Raumwärmebereich.....	112
Tab. 20: Wärme- und Feuchtigkeitsabgabe des Menschen.....	119
Tab. 21: Richtlinien für die Lüftung von Wohnungen.....	120
Tab. 22: Wärmeabgabe nach DIN 1949 E.....	121
Tab. 23: Luft- und Sauerstoffbedarf des Menschen.....	121
Tab. 24: Raumklimatische Empfehlungen.....	121
Tab. 25: Beleuchtungsempfehlungen.....	137
Tab. 26: Raumbezogene Beleuchtungsrichtlinien.....	137
Tab. 27: Beleuchtungsempfehlungen im internationalen Vergleich.....	138
Tab. 28: Einschalthäufigkeit und Lampenlebensdauer.....	142
Tab. 29: Verbrauchsrelationen im Lichtbereich.....	150
Tab. 30: Zweckmobilität versus Erlebnismobilität.....	169
Tab. 31: »Arbeits-« versus »Freizeitverkehr«.....	172
Tab. 32: Bestimmungsfelder für energetische Dienstleistungsnachfragen.....	175
Tab. 33: Energiesparsamkeit und Werte.....	185
Tab. 34: Energierelevante Sinnesgebiete des Menschen.....	188
Tab. 35: Typisierung von Einflußmaßnahmen auf das Verbrauchsverhalten.....	201
Tab. 36: Lebensstiltypen.....	215
Tab. 37: Verkehrswahlverhalten und Lebensstile.....	223
Tab. 38: Verkehrswahlverhalten und Fahrzeugverfügbarkeit.....	224
Tab. 39: Wege und Verkehrsmittelwahl.....	225
Tab. 40: Wert-, Lebensstil- und Konsumverhalten der WELSKO-Typen.....	235
Tab. 41: Umwelt- und Energiebewußtsein der WELSKO-Typen.....	239
Tab. 42: Energieverbrauch der 7 WELSKO-Typen.....	239
Tab. 43: Verbrauchsbilanz der WELSKO-Typen.....	240
Tab. 44: Marketingrelevante Kriterien der WELSKO-Typen.....	242
Tab. 45: »Customer End-Use Needs«.....	243

Datenlisten

Demographie.....	43
Wohnstandard.....	44
Wohnungsstruktur nach Beheizungsart.....	45f.
Mobilitätsinventar privater Haushalte.....	49
Mobilitätsleistung und -komfort.....	50
Mobilitätskosten und -aufwand.....	51
im Anhang:	
Der (alt-)bundesdeutsche Energieverbrauch nach Einsatzressource und Nachfragesektor.....	267