



SCHEITERT DIE EINFÜHRUNG VON SMART METERN?

In die Einführung von Smart Metern wird viel Hoffnung gesteckt. Die intelligenten Energiezähler dokumentieren den Energieverbrauch eines Haushalts und geben die Daten zur Auswertung weiter. Smart Meter gelten als wichtiges Mittel, Netz und Erzeugung zu optimieren. Eine aktuelle Studie zeigt aber: Die Technologie ist bei den Bürgern noch wenig bekannt, ihr Nutzen oft unklar. Die Fachleute plädieren für eine bessere Informationspolitik – nur so könne eine breite gesellschaftliche Akzeptanz für Smart Metering geschaffen werden.

VON **UWE HITSCHFELD** – HITSCHFELD BÜRO FÜR STRATEGISCHE BERATUNG GMBH, LEIPZIG

Speziell in technikgetriebenen Branchen wird naturgemäß sehr technisch argumentiert, wenn es um die Einführung neuer Entwicklungen wie Smart Meter geht. Diese Fragen sind auch wichtig. Die Beteiligten vernachlässigen bei der Kommunikation aber häufig, in der Bevölkerung Akzeptanz für ihre Innovationen zu schaffen. Fehlt diese Zustimmung, kann das fatale Folgen haben. Ein anschauliches Beispiel dafür ist die gescheiterte Einführung der CCS-Technologie.

Das CCS-Desaster als Negativbeispiel

Mit CCS („Carbon Dioxide Capture and Storage“) sollen CO₂-Emissionen in der Atmosphäre verringert werden – indem Kohlendioxide technisch am Kraftwerk abgespalten und dau-

erhaft in unterirdischen Lagerstätten gebunden werden. Wegen möglicher Umweltrisiken stand die Technologie in der Diskussion. Nach intensiven Debatten wurde die CCS-Anwendung in Deutschland 2012 rechtlich stark eingeschränkt. CCS wurde in der Bevölkerung schlicht nicht akzeptiert – die politische Entscheidung war die logische Folge.

Und nun stehen Smart Meter in den Startlöchern. Smart Metering gilt als wichtiges Mittel, um die Ziele der Energiewende zu erreichen. Einige Argumente der Befürworter: Dank der intelligenten Energiezähler könne der Netzausbaubedarf reduziert, Lastspitzen geglättet und dezentrale Speicher gefördert werden. Kritiker verweisen unter anderem auf Datenschutzbe-

denken. Die Politik hat den rechtlichen Rahmen für Smart Meter inzwischen gesetzt. Aber wie stehen die Bundesbürger zur Technologie? Drohen Akzeptanzprobleme – in Folge gar eine ähnliche Blockade wie in Fall von CCS?

Smart Meter wenig bekannt und akzeptiert

Um diese Fragen zu klären, hat das Hitschfeld Büro für strategische Beratung, Leipzig, eine repräsentative Umfrage zu Smart Metern durchgeführt. 1.000 Bundesbürger wurden nach ihrer Einstellung zu den smarten Zählern befragt. Ein zentrales Ergebnis der Erhebung: Nur jedem dritten Befragten ist der Begriff „Smart Meter“ überhaupt bekannt. Das Thema ist für viele Bürger Neuland. Die Mehrheit der Befragten sieht zudem gegenwärtig keinen individuellen oder gesellschaftlichen Nutzen in der Anwendung von Smart Metern: Sie bezweifelt, dass Smart Meter Preisvorteile bringen oder beim Energiesparen helfen können. Stattdessen werden von den Befragten verstärkt Bedenken formuliert, beispielsweise mit Blick auf mögliche zusätzliche Kosten durch die Technologie.

Erschwerend kommt hinzu, dass laut Studie bei der Einführung von Smart Metern selbst Stadtwerke keinen großen Vertrauensvorsprung gegenüber national oder international operierenden Unternehmen genießen. Und: Die Befragten haben klare Forderungen an die Datenspeicherung: 78 Prozent sehen in Smart Metern nur dann eine Option, wenn die Daten auf deutschen Servern gespeichert werden – unter deutschen Datenschutzregeln.

Im gegenwärtigen gesellschaftlichen Klima wird die Einführung von Smart Metern schwierig, so unsere Folgerung. Der Nutzen von Smart Metering ist in der Bevölkerung kaum bekannt oder akzeptiert. Das fördert Bedenken gegen die Technologie. Die Deutschen sind derzeit nicht bereit, Geld für Smart Meter auszugeben.

Viel mehr Aufklärung notwendig

Wie können also Politik und Unternehmen den Menschen das Thema Smart Metering näher bringen? Wer Smart Meter beim Endverbraucher einführen will, muss noch viel Aufklärungsarbeit leisten. Hier müssen sehr schnell Basisinformationen kommuniziert werden – als Voraussetzung für die Entwicklung und Sicherung von gesellschaftlicher Akzeptanz. Smart Metering ist in den vergangenen Jahren zu sehr ein Thema von Fachleuten geblieben. Aber die Bürger sollen die Technologie letztlich nutzen – und sie wissen noch viel zu wenig darüber. Sie konnten sich noch keine Vorstellung vom Nutzen von Smart Metern machen.

Politik und Unternehmen müssten demnach verstärkt die individuellen und gesellschaftlichen Vorteile von Smart Metern kommunizieren – anstatt nur technisch zu argumentieren. Auch verbreitete Datenschutzbedenken sollten ausgeräumt werden. Und natürlich muss die Bekanntheit des Themas insgesamt gesteigert werden. Stetige Kommunikation ist – neben den technischen, technologischen und gesetzlichen Voraussetzungen – für eine erfolgreiche Markteinführung von Smart Metern zentral. Politik und Wirtschaft sollten jetzt beginnen, mit den Bürgern über Smart Metering zu reden. ❖

KONTAKT

→ **Uwe Hitschfeld**
Geschäftsführer
Hitschfeld Büro für strategische
Beratung GmbH, Leipzig
www.hitschfeld.de

