

Wasserstoff punktet
mit positivem Image
in der Bevölkerung.

**UMFRAGE ZUM THEMA WASSERSTOFF,
INNOFACT AG**

SCHWERPUNKT

Smart Meter und IoT

ener|gate
con|energy gruppe



UMFRAGE ZUM THEMA WASSERSTOFF

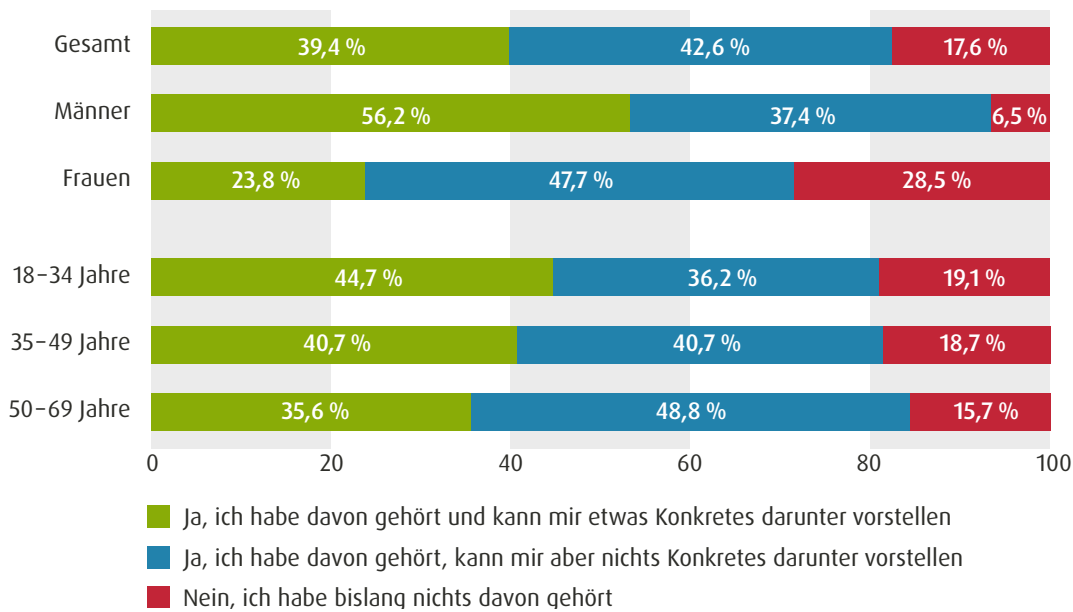
WASSERSTOFF PUNKTET MIT POSITIVEM IMAGE IN DER BEVÖLKERUNG.

In der Energiebranche ist die künftige Rolle von Wasserstoff bereits seit längerem ein kontrovers diskutiertes Hype-Thema. Doch wie steht es um die Wahrnehmung von Wasserstoff als Energieträger in der Bevölkerung? Eine repräsentative Umfrage des Marktforschungsunternehmens Innofact im Auftrag von energate gibt Aufschluss.

Das Trendthema Wasserstoff ist inzwischen auch bei den Verbrauchern angekommen: Fast 83 Prozent der Teilnehmer einer im August 2021 vom Marktforschungsinstitut Innofact durchgeführten Umfrage haben bereits davon gehört. Allerdings gaben 43 Prozent der Befragten an, sich nichts Konkretes darunter vorstellen zu können. Vor allem bei den Älteren fallen die Kenntnisse gering aus: In der Altersklasse der

über 50-Jährigen haben lediglich 36 Prozent genauere Vorstellungen zum Thema Wasserstoff. Zum Vergleich: Bei den 18- bis 34-Jährigen sind es immerhin 45 Prozent. Deutliche Unterschiede zeigen sich auch beim Geschlecht. So beträgt der Anteil der Befragten mit konkreten Vorstellungen zu Wasserstoff als Energiequelle bei den Männern 56 Prozent, bei den Frauen hingegen nur 24 Prozent.

1. Haben Sie bereits von Wasserstoff als Energieträger gehört?



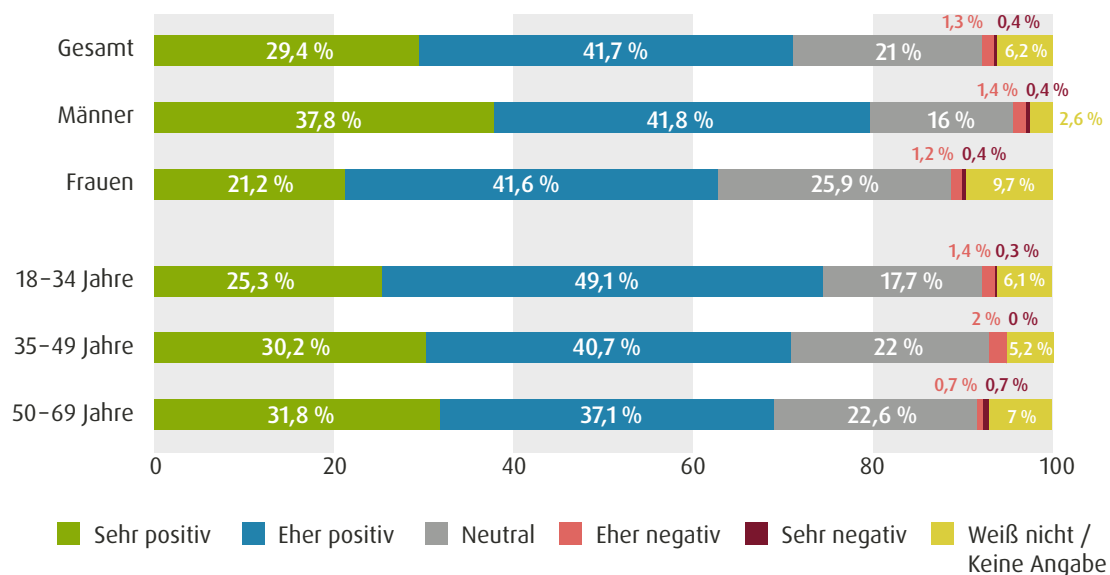
Einsatz in Industrie und Verkehr wird befürwortet

Das Image von Wasserstoff als Instrument für den Klimaschutz ist in der Bevölkerung überwiegend positiv. So sehen 71 Prozent der Befragten den Einsatz von Wasserstoff zum Erreichen der Klimaziele sehr beziehungsweise eher positiv. Lediglich zwei Prozent der Umfrageteilnehmer bekunden hier eine eher negative beziehungs-

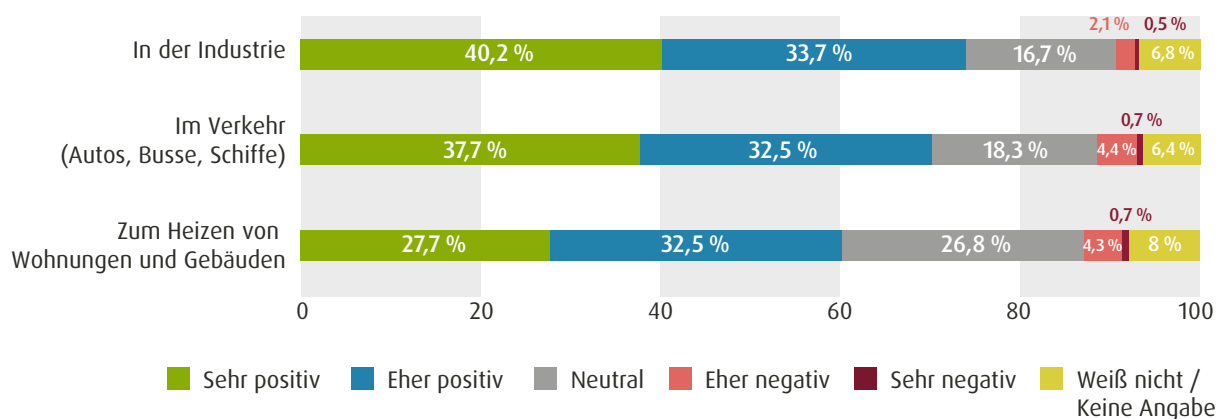
weise sehr negative Einstellung. Auch bei dieser Frage zeigen sich deutliche Unterschiede beim Geschlecht: Bei den Männern beträgt der Anteil der Befragten mit einer sehr positiven Einstellung 38 Prozent, bei den Frauen hingegen nur 21 Prozent. Zudem zeigt sich ein Zusammenhang mit der Wohnsituation: Eigentümer (34 %) stehen dem Einsatz von Wasserstoff positiver gegenüber als Mieter (27 %).



2. Wie beurteilen Sie die Tatsache, dass Wasserstoff zukünftig stärker eingesetzt werden soll, um die Klimaschutzziele zu erreichen?



3. Wie beurteilen Sie den Einsatz von Wasserstoff in folgenden Bereichen?



Ähnlich wie viele Experten in der Energiewirtschaft befürworten auch die Verbraucher vor allem den Wasserstoff-Einsatz in der Industrie und im Verkehr. Den Einsatz von Wasserstoff in der Industrie sehen 74 Prozent der Befragten eher beziehungsweise sehr positiv, die Verwendung im Verkehr (Autos, Busse, Schiffe) befürworten 71 Prozent. Beim Einsatz von Wasserstoff zum Heizen von Wohnungen und Gebäuden fällt die Zustimmung mit insgesamt 61 Prozent dagegen geringer aus.

Verbraucher wollen grünen Wasserstoff

Ein klares Bild zeigt sich bei der Frage, wie Wasserstoff künftig erzeugt werden sollte. So gaben 72 Prozent der befragten Verbraucher an, Wasserstoff solle aus erneuerbaren Energien gewonnen werden. Kernenergie (6 %) und Erdgas (5 %) stellen dagegen nur für eine Minderheit der Befragten eine Alternative zur Erzeugung von Wasserstoff dar.

Bei der Frage nach den Hemmnissen für den Einsatz von Wasserstoff wird von den Bürgern vor allem die fehlende Infrastruktur genannt. 55 Prozent der Befragten stimmten der Aussage zu, dass die nötige Infrastruktur fehle, um Wasserstoff als Energieträger nutzen zu können. 32 Prozent der Umfrageteilnehmer sind der Ansicht, dass Wasserstoff in der Herstellung zu teuer ist, 24 Prozent stimmten der These zu, dass Wasserstoff aufgrund der Explosionsgefahr gefährlich und daher als Energieträger ungeeignet ist. Fazit des Studienleiters Hans-Jochen Brückner: „Er-

wartungsgemäß ist trotz einiger Informationsdefizite eine grundsätzliche hohe Aufgeschlossenheit der Bevölkerung gegenüber Wasserstoff festzustellen – insbesondere, wenn die Herstellung mit erneuerbaren Energien erfolgt“. <

Über Innofact

Der 2014 gegründete Bereich Energie- und Mobilitätsmarktforschung der INNOFACT AG unterstützt Akteure der Energiewirtschaft mit Studien zu den Themen Markenpositionierung, Konzepttests, neue Produkte und Dienstleistungen, Kundenzufriedenheit/Kundengewinnung sowie Werbewirkungsforschung. INNOFACT ist als Fullservice-Institut seit 20 Jahren am Markt aktiv. Bei Interesse verschaffen Sie sich gern einen Überblick oder kontaktieren Sie den Bereichsleiter Herrn Brückner direkt:

→ Hans-Jochen Brückner

Unit Director Energie & Mobilität,
INNOFACT AG

+49 211 862029-219

h.brueckner@innofact.com

www.innofact-marktforschung.de/
branchen/energie/

e|m|w.trends 

Das Innovationsmagazin von energate

energate gmbh

Norbertstraße 3-5

D-45131 Essen

Tel.: +49 201 1022-500

Fax: +49 201 1022-555

www.energate.de

www.emw-online.com

Jetzt kostenlos für den e|m|w.trends Newsletter anmelden!

www.emw-online.com/trends/registrierung

