Informationssuche zwischen Energiepolitik und Energiespartipps

Einstellungs-Verhaltens-Relationen als Erklärungsfaktoren der aktiven Suche nach energiebezogenen Informationen

Pablo Porten-Cheé / Dorothee Arlt / Jens Wolling

Im Beitrag wird ein Erklärungsansatz für die aktive Suche nach Informationen zu den Themen Energie, Energieverbrauch und Energieeinsparmöglichkeiten entwickelt und geprüft. Im Mittelpunkt steht dabei die Frage, ob die Diskrepanz zwischen themenbezogenen Einstellungen und Verhaltensweisen einen Einfluss auf die Informationssuche hat. Dazu werden zunächst die Dimensionen dargelegt, die das Themenfeld umfasst, und verdeutlicht, warum diese Aspekte von Bedeutung sind. Anschließend werden verschiedene theoretische Ansätze vorgestellt, aus denen sich Einflussfaktoren für die aktive Informationssuche ableiten lassen. Danach wird ein zentraler Befund der sozialwissenschaftlichen Umweltforschung – die häufig zu beobachtende Diskrepanz zwischen Umwelteinstellungen und Umweltverhalten – erläutert und mit der Theorie der kognitiven Dissonanz und dem Konzept der selektiven Zuwendung in Verbindung gebracht. Darauf aufbauend wird ein theoretisches Erklärungsmodell für die Suche nach energiebezogenen Informationen entwickelt. Dieses Modell wird anhand von Paneldaten aus den Jahren 2010 und 2011 empirisch geprüft. Die Befunde zeigen, dass dissonante/konsonante Einstellungs-Verhaltens-Relationen einen Beitrag zur Erklärung der aktiven Informationssuche leisten können, insbesondere dann, wenn Energie für die Personen ein wichtiges Thema ist.

Schlagwörter: Einstellungen, Verhaltensweisen, kognitive Dissonanz, Medienselektion, Informationssuche, Energie, Umwelt

1. Energieversorgung als bedeutsames (politisches) Thema

Die Energieversorgung ist ein Problemfeld, das in den zurückliegenden Jahren nicht nur im Zusammenhang mit der Energiepreisentwicklung und der Versorgungssicherheit, sondern auch mit Blick auf Umweltrisiken – insbesondere verursacht durch die Nutzung fossiler Energieressourcen (Klimawandel) und der Atomenergie – wachsende öffentliche Aufmerksamkeit erfahren hat. Die diskutierte Neuausrichtung der Energieversorgung verlangt nicht nur von den Energieversorgern ein Umdenken, sondern auch die Einstellungen und Verhaltensweisen der Bürger sind für die Ausgestaltung einer nachhaltigen Energieversorgung von Bedeutung. Sowohl ihr Verständnis für die mit der Energieversorgung verbundenen Probleme und Herausforderungen als auch ihr Wissen über die individuellen Handlungsmöglichkeiten für einen sparsamen Umgang mit Energie sind dafür relevant. Mit der zunehmenden Wichtigkeit des Themas für Wirtschaft und Gesellschaft wächst zudem die Relevanz der Energieversorgung als strategisches Politikfeld, in dem sich die politischen Akteure positionieren können und müssen.

Dass die *Energieversorgung* zu den großen politischen Themen der Gegenwart gehört, zeigt die intensive und anhaltende Debatte über die Energiewende: Aktuelle Inhaltsanalysedaten belegen, dass das Thema Energiepolitik nach der Reaktorkatastrophe von Fukushima wesentlich intensiver von den Medien behandelt wurde als in den Monaten davor (Kolmer et al., 2011). Die Befunde verdeutlichen zudem, dass Fukushima

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2013-2-183 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

auch erhebliche Folgen für den Tenor der Berichterstattung deutscher Tageszeitungen hatte: Es wurden vermehrt Beiträge veröffentlicht, in denen Atomkraft als Sicherheitsrisiko bezeichnet wurde, und zwar gleichermaßen bei links als auch bei rechts tendierenden Zeitungen (Galle, 2012: 67, 171). Der im Juni 2011 beschlossene Ausstieg aus der Atomenergie wurde von einer weitgehend konsonanten Medienberichterstattung begleitet, die die Risiken alternativer Energien als geringer darstellt als vor dem Unfall in Japan (ebd.: 78, 180). Auch die Ergebnisse einer vergleichenden Inhaltsanalyse der Atomberichterstattung in den Jahren 2010 (vor dem Beschluss längerer Atomlaufzeiten) und 2011 (nach Fukushima) bestätigen diese Befunde: Während 2010 im Kontext der Laufzeitverlängerung die Wirtschaftlichkeit und Versorgungssicherheit von Atomenergie hervorgehoben wurden, standen nach Fukushima Sicherheitsaspekte im Mittelpunkt. Medienübergreifend – sowohl in TV-Nachrichtensendungen als auch in überregionalen und regionalen Tageszeitungen – wurde 2011 in drei Viertel aller Aussagen (mit nur geringfügigen Varianzen) ein Ausstieg aus der Atomenergie befürwortet (Arlt & Wolling, in Vorbereitung).

Dieser Bedeutungsgewinn und das veränderte Framing des Themas können auch politische Konsequenzen haben; nicht zuletzt dadurch, dass sich die energiepolitischen Positionierungen der Parteien – über Priming-Effekte vermittelt (Iyengar & Kinder, 1987) – auf die politischen (Wahl-)Entscheidungen der Bürger auswirken. Ein Beispiel hierfür sind die Landtagswahlen 2011 in Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz. Sie fanden mitten in der Debatte über die Zukunft der Atomkraft in Deutschland statt, und es spricht vieles dafür, dass das Thema Energieversorgung dort eine wahlentscheidende Bedeutung hatte.

Nach den Befunden der medienbezogenen Wahlkampfforschung können die Medien zwar kaum die langfristigen parteipolitischen Orientierungen der Bürger beeinflussen, wohl aber haben sie Effekte auf die eher kurzfristig wirkenden Faktoren wie Kandidatenevaluationen oder Themenbewertungen (Brettschneider, 2002). Die Wirkung herausgehobener Themen auf die Wahlentscheidung wurde bereits vielfach empirisch nachgewiesen. Das gilt auch für das Thema Energie, wie die Befunde von Kepplinger und Brosius (1990) zeigen. Vor diesem Hintergrund gewinnt die Frage, wie intensiv sich die Bürger über das Thema *Energie* informieren, zusätzlich an politischer und gesellschaftlicher Relevanz.

2. Theoretische Erklärungsansätze zur aktiven (Energie-)Informationssuche

Aufgrund der engen Verzahnung verschiedener Politikfelder (u. a. Energie-, Umwelt-, Klima-, Wirtschafts-, Verkehrspolitik) auf unterschiedlichen politischen Ebenen (Bundes-, Länder-, Regionalebene) ist die *Energieversorgung* auf der Makroebene vor allem ein Thema mit großer *Politikrelevanz*. Auf der Mikroebene hat das Thema aber auch eine hohe *Alltagsrelevanz*, weil es stark mit alltagspraktischen Fragen der Bürger verbunden ist, z. B. hinsichtlich der Wahl eines Stromanbieters, der Anschaffung stromsparender Elektrogeräte oder der Entscheidung für oder gegen Wärmedämmungsmaßnahmen bei einer Wohnungsrenovierung.

Inhaltsanalytische Befunde zu Themenstrukturen in der Berichterstattung zeigen, dass die Bürger im Rahmen ihrer habitualisierten informationsbezogenen Mediennutzung vor allem über die politische Dimension des Themas Energie informiert werden (Krüger, 2012). Aufgrund der Aktualität und politischen Brisanz sowie der hohen Alltagsrelevanz des Themas ist es jedoch wahrscheinlich, dass sich viele Bürger nicht nur beiläufig durch die Massenmedien über das Thema informieren lassen, sondern zusätzlich *gezielt* nach themenbezogenen, für sie relevanten Informationen suchen. Die gezielte

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2013-2-183 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Informationssuche zum Thema Energie kann somit durch zwei unterschiedliche Orientierungsbedürfnisse motiviert sein: zum einen, um das eigene politische Hintergrundwissen zu vertiefen, und zum anderen, um konkretes handlungsbezogenes Aktionswissen zu erlangen (Atkin, 1973).

Befunde auf europäischer Ebene haben wiederholt gezeigt, dass Medien eine große Bedeutung als Informationsquelle über die Vorteile und Nachteile verschiedener Energieformen haben (bspw. Europäische Kommission, 2010). Allerdings lassen sich bisher keine Studien finden, die das aktive energiebezogene Informationsverhalten nicht nur beschreiben, sondern auch zu erklären versuchen. Aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive ist jedoch vor allem die *Erklärung* der Unterschiede in der individuellen themenspezifischen Mediennutzung von Bedeutung. Für die Entwicklung eines solchen Erklärungsmodells und die Identifikation relevanter Einflussdimensionen können Theorien und Befunde aus verschiedenen Bereichen der Selektionsforschung herangezogen werden.

Um die aktive Suche nach energiebezogenen Informationen zu erklären, bietet sich der *Informational Utility*-Ansatz (Atkin, 1973; Hastall, 2009) an. Der Ansatz basiert auf der Annahme, dass die Suche nach Informationen durch die Bedürfnisse nach Orientierung und Unsicherheitsreduktion motiviert wird (Schweiger, 2007). Ein ähnlicher Erklärungsansatz für die Suche und Vermeidung von Informationen findet sich auch im angrenzenden Forschungsfeld der Risikokommunikation (Kahlor et al., 2006; Turner et al., 2006). Ein Modell, das in der einschlägigen Forschungsliteratur viel Unterstützung gefunden hat, ist das *Risk Information Seeking and Processing* (RISP)-Modell (Griffin et al., 1999, 2004; Kahlor, 2007), welches das Heuristisch-Systematische Modell der Informationsverarbeitung (Chaiken, 1980) mit der Theorie des geplanten Verhaltens (Ajzen, 1991) verbindet. Nach dem RISP-Modell gelten insbesondere der wahrgenommene Mangel an zufriedenstellender Information (*Information Insufficiency)* und die Bewertung der Informationsquellen (*Relevant Channel Beliefs)* als verhaltensrelevante Einflussfaktoren. Durch einen wahrgenommenen Informationsmangel wird im ersten Schritt das Bedürfnis nach mehr Information ausgelöst, was die aktive Suche nach Informationen positiv motiviert. Im zweiten Schritt wird die tatsächliche Suche nach Informationen durch die Bewertung der Informationsquellen, insbesondere in Bezug auf deren Vertrauenswürdigkeit (*Trustworthiness*) und Nützlichkeit (*Usefulness*), beeinflusst (vgl. Griffin et al., 1999: 237; Kosicki & McLeod, 1990). Es wäre somit zu erwarten, dass eine aktive Suche nach zusätzlichen Informationen vor allem dann stattfindet, wenn die routinemäßig genutzten Informationsquellen negativ beurteilt werden. Die *Bewertung der Energieberichterstattung* könnte demnach die aktive Suche nach Informationen beeinflussen (Abbildung 1).

Aus der politischen Kommunikationsforschung weiß man, dass das politische Interesse mit der Nutzung von (politischen) Medienangeboten zusammenhängt (Atkin et al., 1976). Vor allem die *aktive* Suche nach (politischen) Informationen ist eng mit dem politischen Interesse verknüpft (Emmer et al., 2011; Gantz et al., 1991). Aus der Forschung zur Diffusion technischer Innovationen wiederum ist bekannt, dass Early Adopters – also diejenigen, die sich für technische Innovationen besonders interessieren und sie frühzeitig übernehmen – besonders aktiv nach themenbezogenen Medieninhalten suchen (Rogers, 2003). Aufgrund des beschriebenen Doppelcharakters des Energiethemas ist somit zu erwarten, dass im vorliegenden Fall sowohl das *politische Interesse* als auch die *Innovationsbereitschaft* einen Einfluss haben (Abbildung 1).

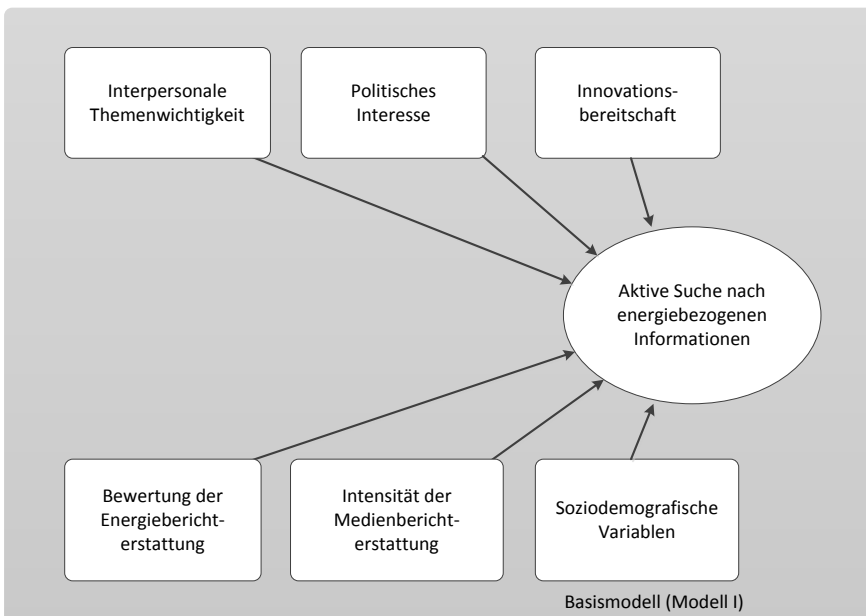
Die Häufigkeit, mit der sich jemand mit anderen Menschen über ein Thema austauscht, kann als Indikator für die wahrgenommene Wichtigkeit dieses Themas angese-

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2013-2-183 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

hen werden *(interpersonale Themenwichtigkeit)*. Die Themenwichtigkeit wiederum kann durch Agenda-Setting-Prozesse beeinflusst werden (Rössler, 1997). Von daher könnte die Intensität der aktiven Suche sowohl durch die *interpersonale Themenwichtigkeit* als auch durch die wahrgenommene *Intensität der Medienberichterstattung* über das Thema beeinflusst werden (Abbildung 1).

Ausgehend von den empirischen Befunden zum Einfluss von Rezipienteneigenschaften wie Alter, Geschlecht und Bildung auf die Mediennutzung (Haas, 2007; Schweiger, 2007) sollen auch diese *soziodemografischen Variablen* berücksichtigt werden. Aus theoretischer Perspektive können diese Faktoren als unspezifische Indikatoren für Lebenslagen, Erfahrungen und damit verbundene Interessen angesehen werden, die einen Einfluss auf die Suche nach Informationen haben (Abbildung 1).

Abbildung 1: Basismodell. Einflussfaktoren auf die aktive Suche nach energiebezogenen Informationen



Aus den hier beschriebenen Ansätzen und Forschungsbefunden konnte also bereits eine Reihe von relevanten Einflussfaktoren identifiziert werden, die das aktive Informationsverhalten beeinflussen. Diese Variablen werden in den später präsentierten Erklärungsmodellen als Kontrollvariablen dienen.

Wie oben dargelegt, hat das Energiethema einen Doppelcharakter: Auf der Makroebene verfügt es über eine hohe Politikrelevanz und auf der Mikroebene über eine hohe Alltagsrelevanz. Mit Blick auf die *politische Relevanz* des Themas, ist es von besonderem Interesse herauszufinden, ob sich Personen mit bestimmten energiepolitischen *Einstellungen* aktiver informieren als andere. Im Hinblick auf die praktische *Alltagsrelevanz* ist es zudem bedeutsam zu untersuchen, ob sich Personen mit bestimmten energiebezogenen *Verhaltensweisen* aktiver um Informationen bemühen. Weiterhin stellt sich die

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2013-2-183 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Frage, wie sich das *Verhältnis* zwischen energiebezogenen Einstellungen und Verhaltensweisen gestaltet und ob sich diese Relation auch auf die aktive Informationssuche auswirkt.

3. Die Relation zwischen Einstellungen und Verhaltensweisen

Die Theorie des überlegten Handelns (Theory of Reasoned Action) von Fishbein und Ajzen (1975: 16) besagt, dass aus bestimmten Einstellungen gegenüber einem Objekt ein entsprechendes Verhalten hervorgeht. Grundsätzlich kann diese Vermutung durch die Befunde verschiedener Meta-Analysen als empirisch bestätigt angesehen werden (Eckes & Six, 1994: 253). Solche Zusammenhänge zeigten sich auch, wenn speziell die Relation zwischen *Umwelt*einstellungen und *Umwelt*verhalten untersucht wurde, wenn auch zumeist schwächer ausgeprägt (Diekmann & Preisendörfer, 2001; Hines et al., 1986/1987). Einen Grund für diesen Befund liefert die von Diekmann und Preisendörfer (1992) entwickelte und empirisch bestätigte *Low-Cost*-Hypothese des Umweltverhaltens. Die Low-Cost-These postuliert, dass Umwelteinstellungen vor allem dann einen positiven Effekt auf Umweltverhalten haben, wenn dieses Verhalten mit geringen *Kosten* verbunden ist. Erfordert das umweltgerechte Verhalten hingegen einen hohen monetären und/oder zeitlichen Aufwand und bringt wenig Nutzen, dann ist die Diskrepanz zwischen Einstellung und Verhalten entsprechend größer (Preisendörfer & Diekmann, 1998).

Die relativ schwachen Zusammenhänge zwischen Einstellungen und Verhalten sind jedoch nicht nur darauf zurückzuführen, dass die Menschen zwar angeben, ein hohes Umweltbewusstsein zu haben, ohne entsprechend zu handeln, sondern auch auf das entgegengesetzte Phänomen: Menschen zeigen ein umweltgerechtes Verhalten, obwohl sie keine entsprechenden Einstellungen bekunden. Gerade beim Thema Energie, das nicht nur mit Umweltaspekten, sondern auch eng mit wirtschaftlichen Fragen verknüpft ist, zeigen Menschen ein umweltschonendes, sparsames Verhalten, das aber weniger durch umweltorientierte Einstellungen verhaltensmotiviert ist als vielmehr durch die so zu erzielenden Kosteneinsparungen. So zeigte beispielsweise Whitmarsh (2009), dass Befragte, die den Weg zur Arbeit zu Fuß oder mit dem Fahrrad zurücklegen, dies vornehmlich ökonomisch und nicht ökologisch begründen. Denkbar wäre auch, dass manche Menschen sich nur deswegen umweltschonend verhalten, weil sie diesbezüglich sozialen Druck in ihrer Umwelt wahrnehmen, ohne aber selbst entsprechende Einstellungen zu teilen.

Ähnliche Überlegungen standen auch im Mittelpunkt der Untersuchung von Preisendörfer (1999), der anhand der Konstrukte Umweltbewusstsein und Umweltverhalten vier Typen unterschiedlicher Einstellungs-Verhaltens-Relationen ermitteln konnte. Hinter dem Typ „Umweltignorante“ (10 %) versammeln sich vornehmlich politisch desinteressierte, eher rechts orientierte, männliche Personen, die sowohl ein sehr gering ausgeprägtes Umweltbewusstsein als auch Umweltverhalten zeigten. Kontrastiert wird dieser Typ durch die „Konsequenten Umweltschützer“ (30 %), eine Gruppe mit hohem Frauenanteil, überdurchschnittlichem Bildungsniveau, hohem politischen Interesse und eher linksgerichteten politischen Überzeugungen. Sie haben das stärkste Umweltbewusstsein und das engagierteste Umweltverhalten. Zwischen diesen beiden Polen stehen die anderen beiden Typen, die „Umweltrhetoriker“ (32 %) und die „Einstellungsungebundenen Umweltschützer“ (28 %). Die „Umweltrhetoriker“ zeigen uneinheitliche Ausprägungen von Umwelteinstellungen (hoch) und Umweltverhalten (niedrig). Dieser Typ ist eher männlich geprägt. Beim vierten Typ ist das Verhältnis zwischen Umwelteinstellungen und Umweltverhalten genau invers: Personen dieses Typs haben zwar nur

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2013-2-183 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

ein niedriges Umweltbewusstsein, verhalten sich aber umweltschonend. Hinsichtlich der soziodemografischen Zusammensetzung ist dieser Typ unauffällig.

4. Dissonanztheoretische Hypothesenbildung

Die zuvor dargestellten unterschiedlichen Kombinationen aus Einstellungen und Verhalten lassen sich in Anlehnung an die sozialpsychologische Dissonanztheorie auch als *dissonante* und *konsonante* Einstellungs-Verhaltens-Relationen begreifen (Festinger, 1957). Im Rahmen der Theorie der kognitiven Dissonanz wird der Begriff *Kognition* sowohl für Wissen und Meinungen als auch für Verhaltensaspekte verwendet. Damit thematisiert die Theorie explizit das zuvor erörterte Verhältnis von Einstellungen und Verhalten und erscheint insofern besonders geeignet, um kommunikative Implikationen aus Einstellungs-Verhaltens-Relationen abzuleiten.

Die Theorie der kognitiven Dissonanz postuliert, dass „kognitive Dissonanzen" als unangenehm wahrgenommen werden und Menschen, die Dissonanzen empfinden, deswegen bemüht sind, diese zu reduzieren oder zumindest nicht zu vergrößern. Aber nicht alle Inkonsistenzen lösen auch relevante kognitive Dissonanzen aus. Dies geschieht insbesondere dann, wenn es sich um Themen handelt, die für das Selbstverständnis einer Person *wichtig* sind (Aronson, 1968) und damit für sie moralische Implikationen haben. Umweltthemen und damit auch umweltbezogene Aspekte des Energiethemas werden häufig (massenmedial) mit normativen Erwartungen und Bewertungen in Verbindung gebracht. Ein Beispiel dafür ist das Recyceln, das nach Befunden von Whitmarsh (2009) stark durch externe moralische Erwartungen motiviert ist. Ähnliches ist auch in der Debatte um eine nachhaltige Energiepolitik zu beobachten: Hier wird die Kritik an Energieverschwendung mit dem Appell für einen bewussten und sparsamen individuellen Umgang mit Energie verknüpft (Umweltbundesamt, 2010). Nach der Theorie der kognitiven Dissonanz kann ein solcher wahrgenommener (normativer) Druck ein möglicher Auslöser für Inkonsistenzen zwischen Einstellungen und Verhalten sein (McGuire, 1967: 403), die dann als kognitive Dissonanzen empfunden werden.

In der kommunikationswissenschaftlichen Forschung spielt die Dissonanztheorie vor allem im Zusammenhang mit der Hypothese der selektiven Medienzuwendung eine Rolle (Cotton, 1985; Donsbach, 1991). Die Selektionshypothese postuliert, dass Menschen primär die Inhalte (politischer) Kommunikation auswählen, die ihren eigenen Einstellungen entsprechen. Im Unterschied zu der von Festinger (1957) ursprünglich formulierten Hypothese, verzichtet die Selektionshypothese auf die Annahme einer bereits existierenden Dissonanz, die es zu reduzieren gilt, sondern geht davon aus, dass eine Dissonanz vermeidende, selektive Zuwendung immer stattfindet, auch wenn bis dahin keine Dissonanzen vorliegen. Der vorliegende Beitrag bezieht sich allerdings auf die Grundannahme der Dissonanztheorie, nach der sich Personen, die sich bereits in einem *Zustand von Dissonanz* befinden, darum bemühen, Konsonanz zu erreichen und Verhaltensweisen zu vermeiden, die ihre Dissonanz verstärken könnten. Eine Möglichkeit hierzu ist die selektive Zuwendung zu Medieninhalten.

Kommunikationswissenschaftliche Studien zur Theorie der kognitiven Dissonanz untersuchen meistens die Auswahlentscheidungen zwischen unterschiedlichen Medienangeboten und prüfen, ob Beiträge, die mit den Einstellungen der Nutzer konsonant sind, häufiger ausgewählt werden (Donsbach, 1991; Stroud, 2008). In der vorliegenden Studie geht es allerdings nicht um die Auswahl einzelner Angebote, sondern um die Frage, ob auch die *generelle Suche* nach themenbezogenen Informationen unter bestimmten *Rahmenbedingungen* von konsonanten oder dissonanten Einstellungs-Verhaltens-Relationen beeinflusst werden könnte. Bei den hier relevanten Rahmenbedin-

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2013-2-183 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

gungen handelt es sich um die politische Situation in Deutschland nach der Katastrophe in Fukushima im Mai/Juni 2011 und insbesondere um die eingangs beschriebenen Merkmale der Medienöffentlichkeit.

Vor diesem Ereignishintergrund wurden auch die Möglichkeiten und die Notwendigkeit des sparsamen (individuellen) Umgangs mit Energie thematisiert (z. B. Steiger, 2011). In einer solchen Situation müssen Personen mit Einstellungs-Verhaltens*in*konsistenzen in diesem Themenfeld damit rechnen, dass Medien dissonante Informationen vermitteln. Für Personen, die zwar ein hohes Energiebewusstsein haben, sich aber nicht entsprechend verhalten, sind die praktischen Energiesparhinweise dissonant. In Anlehnung an Preisendörfer (1999) werden sie nachfolgend als *Energierhetoriker* bezeichnet. Hingegen sind für Personen, die sich zwar energiesparend verhalten, aber keine entsprechende Überzeugung besitzen, die politischen Aussagen zur Energiewende dissonant. Sie werden nachfolgend als *Einstellungsungebundene Energiesparer* bezeichnet. Da Menschen mit Einstellungs-Verhaltensinkonsistenzen eher mit einer für sie dissonanten Medienöffentlichkeit rechnen müssen, gehen wir von folgender Hypothese aus:

H1: Personen mit themenbezogenen Einstellungs-Verhaltens*in*konsistenzen (*Energierhetoriker* und *Einstellungsungebundene Energiesparer*) suchen weniger aktiv nach Informationen zum Thema Energie als Personen mit konsonanten Einstellungs-Verhaltens-Relationen.

Um Konsonanz mit den Inhalten der Medienbotschaften herzustellen, wären bei den *Energierhetorikern* Verhaltensänderungen und bei den *Einstellungsungebundenen Energiesparern* Einstellungsänderungen notwendig. Da eine Verhaltensänderung mit größerem Aufwand verbunden ist, erwarten wir vor allem bei denen, die ihre Verhaltensweisen anpassen müssten, eine selektive Vermeidung und damit einen geringeren Umfang aktiver Nutzung.

H2: *Energierhetoriker* suchen weniger aktiv nach Informationen zum Thema Energie als *Einstellungsungebundene Energiesparer*.

Für Personen mit niedrigem Energiebewusstsein und einem wenig sparsamen Umgang mit Energie (*Energieignoranten*) wären unter den genannten Rahmenbedingungen alle zu erwartenden Informationen dissonant, sowohl zum Verhalten als auch zu den Einstellungen. Folgt man der Selektionshypothese, dann müssten sie das stärkste Vermeidungsverhalten zeigen. Legt man hingegen die dissonanztheoretische Ausgangsthese zugrunde, dann haben sie – aufgrund ihrer konsonanten Einstellungs-Verhaltens-Relationen – keinen Grund, Informationen zum Thema zu vermeiden. Wir erwarten deswegen bei den *Energieignoranten* weder eine selektive Vermeidung noch eine ausgeprägte Suche nach Informationen.

Bei der vierten Gruppe, den *Konsequenten Energiebewussten* sind nicht nur Einstellungen und Verhalten im Einklang, sondern die Personen dieser Gruppe könnten aufgrund der Rahmenbedingungen damit rechnen, bei einer aktiven Suche vor allem auf für sie konsonante Informationen zu stoßen. Deswegen erwarten wir bei ihnen keine Vermeidungstendenzen, sondern eine aktive Suche nach Informationen, und formulieren folgende Hypothese:

H3: Die *Konsequenten Energiebewussten* suchen intensiver nach Informationen als die *Energieignoranten*.

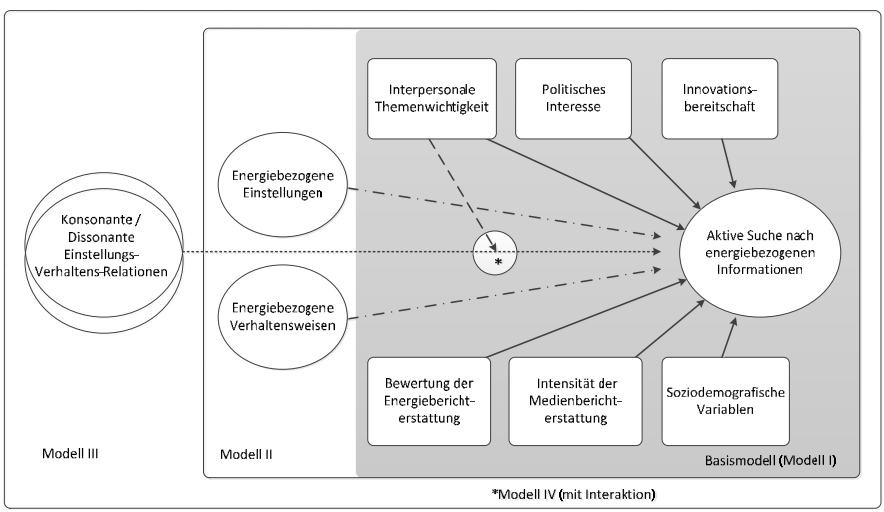
In der dissonanztheoretisch basierten Forschung ist deutlich geworden, dass die Vermeidung dissonanter Informationen insbesondere bei Themen stattfindet, die den Befragten persönlich wichtig sind. Wir vermuten deswegen einen Interaktionseffekt zwischen Themenwichtigkeit und Einstellungs-Verhaltens-Relationen:

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2013-2-183 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

H4: Personen mit dissonanten Einstellungs-Verhaltens-Relationen, denen das Thema Energie wichtig ist, vermeiden Informationen zum Thema stärker als solche, denen das Thema weniger wichtig ist.

Die zuvor erläuterten Zusammenhänge sind in Abbildung 2 zusammenfassend dargestellt. Die sechs Pfeile mit den durchgezogenen Linien verdeutlichen das Basismodell mit den Kontrollvariablen. Es basiert auf dem oben dargestellten Forschungsstand. Das erweiterte Modell II (Punkt-Strich-Linien) integriert zusätzlich die *energiebezogenen Einstellungen* und *Verhaltensweisen*. Im Modell III (gepunktete Linie) werden statt den isoliert betrachteten Einstellungen und Verhaltensweisen die konsonanten und dissonanten Einstellungs-Verhaltens-Relationen ermittelt und im Anschluss an Preisendörfer (1999) in Form einer Typologie im Modell berücksichtigt. Im letzten Modell IV (gestrichelte Linie) wird zusätzlich der mögliche intervenierende Effekt der Themenwichtigkeit untersucht.

Abbildung 2: Untersuchungsmodell



5. Methode

Die Hypothesen wurden mit den Daten der letzten beiden Wellen einer dreiwelligen telefonischen Panelbefragung geprüft, die im Rahmen des interdisziplinären RESIDENS-Projekts (Förderkennzeichen B 514 – 09025) durchgeführt wurden, das vom Thüringer Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur gefördert wurde (Laufzeit 2009-2011). Der inhaltliche Schwerpunkt des Gesamtprojekts lag auf der angebotsabhängigen Nutzung erneuerbarer Energien durch die aktive Einbeziehung von Privathaushalten in Thüringen mit Hilfe der Smart Meter Technologie. In einem Teilprojekt wurden energiebezogene Einstellungen und Verhaltensweisen der Thüringer Bevölkerung im Zeitverlauf untersucht (Wolling & Arlt 2013). Die Feldphasen der zweiten und dritten Befragungswelle erstreckten sich auf die Zeiträume zwischen dem 16.8. bis 11.9.2010 und zwischen dem 15.5. bis 4.6.2011 (Arlt &Wolling, 2011a, 2011b). Neben den Fragen zu energiebezogenen Einstellungen und Verhaltensweisen enthielten die

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2013-2-183 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

beiden Befragungswellen u. a. Indikatoren zur aktiven Informationssuche zum Thema Energie, zum politischen Interesse und zur Innovationsbereitschaft. Da die Daten nicht primär für die Fragestellung dieses Beitrags erhoben wurden, handelt es sich bei den nachfolgenden Auswertungen um eine Sekundäranalyse, die mit den üblichen Einschränkungen verbunden ist (Lauf, 2002). Im Folgenden werden die Stichprobe sowie die für die Sekundäranalyse verwendeten Indikatoren erläutert.

5.1 Stichprobenziehung und -beschreibung

Bei den 341 Panelteilnehmern handelt es sich um Personen aus Privathaushalten (49 % Frauen; 51 % Männer) zwischen 19 und 88 Jahren (Durchschnittsalter: 52 Jahre). Sie sind Teil einer repräsentativen Stichprobe für Thüringen, die im Jahr 2010 durch ein zweistufiges Zufallsverfahren (Random-Last-Digit-Verfahren und Next-Birthday-Methode) mit Unterstützung der GESIS gezogen wurde. Um mögliche Verzerrungen in der Stichprobe auszugleichen, wurden Gewichtungsfaktoren für die beiden Variablen Alter und Geschlecht berechnet, durch die die erhobenen Daten an die Verteilungen in der Grundgesamtheit angepasst wurden. Als ihren höchsten Bildungsabschluss gaben die meisten Befragten die Mittlere Reife (46 %) an. Weitere 15 Prozent hatten einen Hauptschulabschluss, 30 Prozent Abitur bzw. Fachoberschule und 9 Prozent einen Hochschul- oder Fachhochschulabschluss. Das durchschnittliche monatliche Haushalts-Nettoeinkommen lag bei den meisten Personen zwischen 1.000 bis 1.999 Euro (30 %).

5.2 Operationalisierung der verwendeten Indikatoren

Die abhängige Variable (*Aktive Informationssuche*) wurde im Jahr 2011 gemessen, die unabhängigen und kontrollierenden Variablen wurden im Jahr 2010 erhoben[1]. Durch diese Vorgehensweise wird die Kausalargumentation des Beitrags gestützt, wobei es durch den relativ großen zeitlichen Abstand zwischen beiden Wellen jedoch zu einer Unterschätzung der Zusammenhänge kommen kann.

Die *aktive Informationssuche* zum Thema Energie wurde mit einem Item auf einer fünfstufigen Skala von „nie“ bis „sehr häufig“ erfasst (Tabelle 1). Als Kontrollvariablen standen zehn Indikatoren zur Verfügung: Die *interpersonale Themenwichtigkeit* wurde im Jahr 2011 mit einem Item zur Häufigkeit von Gesprächen über das Thema Energie, Klima oder Umwelt auf einer fünfstufigen Skala von „nie“ (7 %), über „selten“ (15 %), „gelegentlich“ (41 %) und „häufig“ (26 %) bis „sehr häufig“ (11 %) erfragt. Das *politische Interesse* wurde ebenfalls auf einer fünfstufigen Skala von „ganz gering“ (8 %) und „eher gering“ (11 %), über „mittel“ (43 %), bis „eher hoch“ (24 %) und „sehr hoch“ (15 %) erhoben. Beide Indikatoren sind nahezu normalverteilt. Die *Innovationsbereitschaft* wurde durch das Item „Ich gehöre zu den Ersten, die neue Technologien ausprobieren“ auf einer vierstufigen Zustimmungsskala von „stimme gar nicht zu“ (14 %) über „stimme eher nicht zu“ (40 %) und „stimme überwiegend zu“ (35 %) bis „stimme voll und ganz zu“ (12 %) operationalisiert. Die Zahl der Innovationsfreudigen und derjenigen, die in dieser Hinsicht zurückhaltender sind, ist nahezu ausgeglichen. Die *wahrgenommene Intensität der Energieberichterstattung* wurde im Jahr 2011 mit folgendem Item gemessen: „Wie häufig sind Ihnen im letzten Jahr Beiträge zum Thema Energie,

1 Die einzigen Ausnahmen bilden die *interpersonale Themenwichtigkeit* sowie die *wahrgenommene Intensität der Energieberichterstattung*. Diese Fragen wurden nur 2011 erhoben. Beim Einkommen wurde ein Mittelwert aus beiden Jahren berechnet, um die Anzahl der fehlenden Werte zu reduzieren.

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2013-2-183 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Klima oder Umwelt in den Medien aufgefallen?“ Erfragt wurden die Antworten auf einer vierstufigen Skala. Die Verteilung zeigt deutlich, dass das Thema in den Medien sehr präsent war, da rund 90 Prozent der Befragten „häufig“ (43 %) oder sogar „sehr häufig“ (47 %) Beiträge zum Thema wahrgenommen hatten; weitere 8 Prozent hatten solche Beiträge immerhin „gelegentlich“ und nur 3 Prozent „selten/nie“ bemerkt.

Die *Bewertung der Energieberichterstattung* wurde mit zwei vierstufigen Items operationalisiert, die unterschiedliche Aspekte der Berichterstattungsqualität ansprechen: Beide Items verdeutlichen eine überwiegend negative Einschätzung: Der Aussage „Die Medien stellen die Probleme der Energieversorgung zu dramatisch dar“ stimmen 22 Prozent „voll und ganz“, 46 Prozent „überwiegend“, 24 Prozent „eher nicht“ und 9 Prozent „gar nicht“ zu. Der zweite Aspekt wurde mit dem Item „Die Medien berichten viel zu wenig über neue Möglichkeiten des Energiesparens“ erhoben. Verwendet wurde ebenfalls eine vierstufige Zustimmungsskala mit den Ausprägungen „stimme gar nicht zu“ (12 %), „stimme eher nicht zu“ (26 %), „stimme überwiegend zu“ (32 %) und „stimme voll und ganz zu“ (30 %). Da die beiden Bewertungsvariablen nahezu unkorreliert sind (r=-.04), konnten sie nicht zu einem Index zusammengefasst werden. Des Weiteren wurden vier sozioökonomische Kontrollvariablen *Alter*, *Geschlecht*, *Einkommen* und *Bildung* erfasst.

Für die unabhängigen Variablen standen insgesamt neun Variablen zur Verfügung: Die *energiebezogenen Einstellungen* wurden mit sechs Items auf einer vierstufigen Zustimmungsskala ermittelt und die *energiebezogenen Verhaltensweisen* wurden durch drei Items auf einer dreistufigen Skala zum intendierten und tatsächlichen Verhalten operationalisiert. Die entsprechenden Formulierungen der Items und der Antwortmöglichkeiten sind in den Tabellen 3 und 4 dargestellt.

6. Ergebnisse

6.1 Abhängige Variable: Aktive Suche nach Informationen über das Thema Energie

In den nachfolgenden Analysen bildete die *Aktive Informationssuche* die abhängige Variable. Fast die Hälfte der Befragten hatte im Jahr 2011 aktiv nach energiebezogenen Informationen gesucht (Tabelle 1). Die Intensität, mit der die Aktiven nach Informationen gesucht hatten, war durchschnittlich. Weniger als 10 Prozent machten dies „sehr häufig“, aber immerhin 21 Prozent „häufig“. Diese Varianz in der Intensität der aktiven Informationssuche sollte durch die im Untersuchungsmodell (Abbildung 2) dargestellten Variablen erklärt werden.

Durch eine offene Nachfrage wurde anschließend ermittelt, ob es bestimmte Anlässe zur Informationssuche gegeben hatte. Fast alle aktiven Informationssucher konnten mindestens einen Grund benennen, wobei sich in den Angaben sowohl die politische Relevanz als auch die Alltagsrelevanz des Themas deutlich widerspiegelte: Rund 50 Prozent (n=76) nannten als primäres Ziel ihrer Informationssuche, privates handlungsbezogenes Aktionswissen zu gewinnen. Die andere Hälfte (n=75) machte dies, um politisches Überblickswissen zu erlangen. Auch hinsichtlich der Intensität der Nutzung unterscheiden sich die beiden Gruppen nur geringfügig (Tabelle 1).

6.2 Prüfung des Basismodells: Einfluss von Kontrollvariablen

Im ersten Analyseschritt wurde der Einfluss der Kontrollvariablen geprüft. Im Regressionsmodell zeigten sechs der zehn untersuchten Variablen einen signifikanten Einfluss (Tabelle 2). Wie im Theorieteil dargelegt, war zu erwarten, dass sowohl das *politische*

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2013-2-183 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Tabelle 1: Intensität der aktiven Informationssuche über das Thema Energie

	sehr häufig (4)	häufig (3)	gelegentlich (2)	selten (1)	nie (0)	
	%	%	%	%	%	n=
Aktive Informationssuche: Wie häufig haben Sie sich im letzten Jahr gezielt über die Themen Energie, Energieverbrauch oder Energieeinsparmöglichkeiten informiert?	6	21	20	1	52	341
Gab es einen bestimmten Grund dafür, warum Sie sich informiert haben?						
➔ Grund 1: Handlungsbezogenes Aktionswissen: Stromanbieterwechsel, Stromsparen, Heizungswechsel…	11	46	42	1	–	76
➔ Grund 2: Politisches Überblickswissen: Umweltschutz, Fukushima, allgemeines Themeninteresse…	16	44	36	4	–	75

Interesse als auch die *Innovationsbereitschaft* sich positiv auf die aktive Informationssuche auswirken. Diese Vermutung wurde durch die Daten bestätigt. Auch die *interpersonale Themenwichtigkeit*, gemessen über die Häufigkeit, mit der über das Thema Energie gesprochen wurde, erwies sich als signifikanter Einflussfaktor. Keinen signifikanten Einfluss zeigten hingegen die wahrgenommene *Intensität der Medienberichterstattung* über das Thema Energie (als Indikator für die subjektive Wahrnehmung von medialen Thematisierungsprozessen) sowie die beiden Indikatoren für die *Bewertung der Energieberichterstattung*, die – im Anschluss an das RISP-Modell – durch die Bewertung der Informationsquellen gemessen wurde. Von den soziodemografischen Variablen erwiesen sich drei als relevant: Männer, Ältere und Personen mit einem höheren Einkommen gehören zu den aktiveren Informationssuchern. Insgesamt konnten die sechs Variablen 16 Prozent der Varianz erklären.

6.3 Einstellungen und Verhaltensweisen (UV)

Nachdem das Basismodell entwickelt worden war, wurde im nächsten Schritt der Einfluss der zwei energiebezogenen Einstellungen und der drei Verhaltensweisen auf die aktive Informationssuche geprüft. Durch die Integration der vier Typen mit unterschiedlichen Einstellungs-Verhaltens-Relationen ins Modell wurden abschließend die zuvor formulierten Hypothesen geprüft.

Da diese Analyseschritte im Mittelpunkt des Beitrags stehen, werden zunächst die verwendeten Indikatoren näher erläutert und einige deskriptive Befunde dargestellt: Bei den unabhängigen Variablen handelt es sich zum einen um Einstellungsvariablen und zum anderen um Indikatoren für energiesparendes Verhalten bzw. Verhaltensabsichten. Mit den sechs Einstellungsvariablen wurde eine Faktorenanalyse durchgeführt, bei der

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2013-2-183 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Tabelle 2: Regressionsanalyse auf aktive Informationssuche zum Thema Energie mit Kontrollvariablen

	Bivariate Korrelationen	Modell I (nur signifikante Kontrollvariablen)
	r	beta
Interpersonale Themenwichtigkeit (hoch)	.24	.18
Politisches Interesse (hoch)	.22	.12
Innovationsbereitschaft (hoch)	.18	.16
Wahrgenommene Intensität der Medienberichterstattung (hoch)	.10	
Beurteilung der Energieberichterstattung (zu dramatisch)	-.02	
Beurteilung der Energieberichterstattung (zu wenig informativ)	.07	
Alter (hoch)	.10	.17
Geschlecht (männlich)	.15	.13
Einkommen (hoch)	.14	.13
Bildung (hoch)	.13	
R^2=		.16
n=		317

Anmerkung: alle Koeffizienten im Regressionsmodell sind statistisch signifikant für $p < .05$

zwei Dimensionen[2] ermittelt wurden: Die erste Dimension umfasste drei Items, die die Einstellung zur Förderung der erneuerbaren Energien erfassen, die zweite Dimension beinhaltete drei Items, die Einschätzungen zur Ersetzbarkeit der Atomenergie erheben. Die Ergebnisse zeigten, dass die grundsätzliche Frage, ob Atomenergie durch erneuerbare Energien ersetzbar sei, positiver beurteilt wurde als die Unterstützung konkreter Maßnahmen der Energiewende vor Ort (Tabelle 3).

Das energiebezogene Verhalten bzw. die Verhaltensabsichten wurden für verschiedene Bereiche erhoben. Dabei zeigten sich deutliche Unterschiede in der Akzeptanz. Der Wechsel zu Ökostrom wurde von über 40 Prozent abgelehnt, energiesparsamere Geräte zu kaufen stieß hingegen nur bei 6 Prozent auf Widerstand (Tabelle 4).

Wie oben erläutert, ist der Zusammenhang zwischen Einstellungs- und Verhaltensindikatoren häufig nur schwach. Dies ist vor allem dann der Fall, wenn die Messung der beiden Dimensionen auf deutlich unterschiedlichen Abstraktionsebenen erfolgt (Ajzen 1982: 5f., 13f.). Da die Einstellungsitems zu erneuerbaren Energien und zur Atomkraft auf einer abstrakteren politischen Ebene lagen, während sich die Angaben zum Ener-

2 Das Item „Ein höherer Strompreis ist in Ordnung, wenn damit der Ausbau der Solarenergie gefördert wird" hatte eine annähernd gleichhohe Ladung auf beiden Faktoren. Die Zuordnung erfolgte aus theoretischen Überlegungen. Die erklärte Varianz beträgt 56 %, KMO = 0,72.

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2013-2-183 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Tabelle 3: Förderung alternativer Energiequellen und Einschätzung der Alternativen zur Atomkraft

	n	M
In Thüringen sollten mehr Windkrafträder genehmigt werden.	324	2,5
Ein höherer Strompreis ist in Ordnung, wenn damit der Ausbau der Solarenergie gefördert wird.	331	2,3
Es ist notwendig, das Stromnetz durch den Thüringer Wald auszubauen, um den Ausbau erneuerbarer Energien voranzutreiben.	290	2,3
Mittelwertindex: Förderung alternativer Energien	**341**	**2,3**
Ohne Energie aus Atomkraftwerken kann der Energiebedarf in Deutschland dauerhaft nicht abgedeckt werden (gedreht).	290	2,5
Langfristig sind erneuerbare Energien billiger als Atomenergie.	258	3,0
In den nächsten 20/40 Jahren wird genug Energie aus erneuerbaren Energiequellen gewonnen, um ganz auf Kernkraftwerke verzichten zu können.	328	2,6
Mittelwertindex: Alternativen zu Atomenergie	**337**	**2,7**

Tabelle 4: Energiebezogenes Verhalten und Verhaltensintentionen

	mache ich schon	bin bereit, das zu machen	bin nicht bereit, das zu machen
	%	%	%
Wohnung weniger heizen	71	9	20
Energiesparsame Geräte kaufen	68	27	6
Wechsel zu Ökostrom	15	43	42

giesparen im Haushalt auf sehr konkrete Verhaltensweisen bezogen,[3] konnte es nicht überraschen, dass auch hier die Korrelationen zwischen den Items nur schwach ausfielen und nur in einem Fall statistische Signifikanz erreichten: Personen, die die Ansicht vertraten, dass Atomenergie ersetzbar sei, zeigten eine etwas höhere Bereitschaft, zu einem Anbieter von Ökostrom zu wechseln (r=.22). Aus den beiden Einstellungsindizes und den drei Verhaltensindikatoren wurden anschließend die zwei konsistenten und die beiden inkonsistenten Typen berechnet (Tabelle 5).

3 Auch wenn durch solche Diskrepanzen in der Bezugsebene und den Bezugsobjekten der Zusammenhang zwischen Einstellungen und Verhalten nur schwach ausfällt, erscheint eine engere Abstimmung der Operationalisierungen wenig sinnvoll. Preisendörfer (1999: 77) merkt dazu treffend an: „mit spezifischen Einstellungen zu spezifischen Verhaltensweisen in spezifischen Situationen mögen zwar gute Vorhersagen des jeweiligen Verhaltens gelingen, aber die Grundidee von Einstellungen im Sinne situationsübergreifender Orientierungsmuster geht unter der Hand verloren".

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2013-2-183 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Tabelle 5: Typenbildung: Kombination von Einstellungen und Verhaltensweisen

		Energiesparverhalten	
		Keine Bereitschaft, eine der drei Energiespar-aktivitäten auszuführen	Bereitschaft, mindestens eine der drei Energiespar-aktivitäten auszuführen
Energiebezogene Einstellungen	Mittelwerte beider Einstellungsindizes ≤ 2,5	*Energieignoranten (11 %)*	*Einstellungsungebundene Energiesparer (22 %)*
	Mittelwerte mindestens eines Einstellungsindizes > 2,5	*Energierhetoriker (37 %)*	*Konsequente Energie bewusste (30 %)*

6.4 Einfluss von Einstellungen und Verhaltensweisen und Hypothesenprüfung

Um den Effekt von Einstellungen und Verhalten zu prüfen, wurden zunächst die fünf Einstellungs- und Verhaltensvariablen ins Modell eingeführt. Anschließend wurde ein Modell mit den dichotomisierten Typen berechnet, um die Hypothesen 1 bis 3 zu testen. Das abschließende Modell klärte dann, ob die subjektive Themenwichtigkeit die Effekte modifiziert (H4).[4] Die Ergebnisse zeigten, dass die Einstellungs- und Verhaltensindikatoren bei separater Betrachtung keinen zusätzlichen Erklärungsbeitrag leisten konnten. Keine der fünf Variablen hatte einen signifikanten Einfluss (Tabelle 6, Modell II). Wurde hingegen der Einfluss der Typen analysiert, dann ergab sich, dass die Intensität der Informationssuche bei den dissonanten Typen geringer ausfiel und sich dieser Effekt bei den *Energierhetorikern* auch als signifikant erwies (Tabelle 6, Modell III). Damit wurden sowohl Hypothese 1 (stärkere Informationsvermeidung der dissonanten Typen) als auch Hypothese 2 (stärkste Effekte bei den Energierhetorikern) tendenziell bestätigt. Für die durch Hypothese 3 postulierten Unterschiede zwischen den beiden konsonanten Typen ließ sich keine Bestätigung finden. Durch die Einbeziehung der Typen wurde die erklärte Varianz gegenüber dem Basismodell (Tabelle 2) um einen Prozentpunkt erhöht.

Für die Prüfung von Hypothese 4 wurde getestet, ob die interpersonale Themenwichtigkeit den Effekt der dissonanten Typen vergrößert, wozu die Variablen multipliziert wurden. Es zeigte sich, dass ein solcher signifikanter Interaktionseffekt für die Energierhetoriker bestand: Auf der einen Seite wurde der generell positive Effekt der interpersonalen Themenwichtigkeit (Gespräche über Energie) noch verstärkt (stärkerer positiver beta-Koeffizient), auf der anderen Seite war dieser Effekt bei den Energierhetorikern gegenläufig (negativer beta-Koeffizient). Zusammengenommen bedeutet dies, dass bei ihnen der positive Effekt der Themenwichtigkeit deutlich abgeschwächt wurde.[5] Durch die Integration der Interaktionsvariable konnte die Erklärungskraft des Modells nochmals geringfügig erhöht werden (Tabelle 6, Modell IV).

4 Die hier aufgestellten Hypothesen sind formal gesehen Unterschiedshypothesen und könnten auf den ersten Blick eher mit t-tests für gepaarte Stichproben geprüft werden. Da die Hypothesen jedoch in einem Wirkungsmodell eingebettet sind, das auch den Einfluss von mehreren Drittvariablen einschließt, wurde dem Mittelwertvergleich ein Regressionsmodell vorgezogen, das multiple Kontrollvariablen und Interaktionseffekte berücksichtigen kann.

5 Durch die Art der Konstruktion der Interaktionsvariable ist diese naturgemäß mit der Variable *Interpersonale Themenwichtigkeit* korreliert. Der Zusammenhang ist aber nur moderat ausgeprägt (r=.33), sodass kein Multikollinearitätsproblem vorliegt.

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2013-2-183 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Tabelle 6: Regressionsanalysen auf aktive Informationssuche zum Thema Energie

	Modell II Kontrollvariablen + Einzelvariablen	Modell III Kontrollvariablen + Typen	Modell IV Kontrollvariablen + Typen * Wichtigkeit
	beta	beta	beta
Kontrollvariablen			
Interpersonale Themenwichtigkeit (hoch)	.18	.19	.23
Politisches Interesse (hoch)	.13	.12	.12
Innovationsbereitschaft (hoch)	.16	.14	.14
Alter (hoch)	.17	.13	.14
Geschlecht (männlich)	.14	.12	.11
Einkommen (hoch)	.10 (n.s.)	.14	.13
Einzelvariablen (UV)			
Index: Förderung alternativer Energien	.05 (n.s.)		
Index: Alternativen zu Atomenergie	.01 (n.s.)		
Wohnung weniger heizen	-.06 (n.s.)		
Energiesparsame Geräte kaufen	.09 (n.s.)		
Wechsel zu Ökostrom	-.01 (n.s.)		
Typen (UV)			
Energieignoranten (konsonant)		.02 (n.s.)	.01 (n.s.)
Einstellungsungebundene Energiesparer (dissonant)		-.04 (n.s.)	-.05 (n.s.)
Energierhetoriker (dissonant)		-.13	
*Energierhetoriker * interpers. Themenwichtigkeit (hoch)*			-.16
R^2 =	.17	.17	.18
n =	301	317	317

Anmerkung zu Modell III und IV: Wenn eine nominalskalierte Variable in mehrere Einzelvariablen dichotomisiert wird, dann muss mindestens eine der neugebildeten Variablen aus dem Modell entfernt werden, um eine Berechnung zu ermöglichen. Aus theoretischen Gründen wurden hier die *Konsequenten Energiebewussten* als Referenzgröße für die Effekte der anderen drei Typen gewählt, alle Koeffizienten in den Regressionsmodellen, die nicht mit (n.s.) gekennzeichnet sind, sind statistisch signifikant für $p < .05$.

7. Zusammenfassung und Ausblick

Auf Grundlage von Ergebnissen der bisherigen Forschung wurde ein Erklärungsmodell entwickelt, das dazu diente, die Intensität der aktiven Suche nach Informationen zum Themenfeld Energie, Energieverbrauch und Energieeinsparmöglichkeiten in den Medien zu erklären. Durch die Verknüpfung von Befunden aus der sozialwissenschaftlichen Umweltforschung mit Ergebnissen der sozialpsychologischen Kommunikationsforschung konnte eine konzeptionelle Integration der Wissenschaftsfelder erreicht und die

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2013-2-183 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

vorgeschlagene dissonanztheoretische Erklärung der aktiven Mediennutzung theoretisch untermauert werden. Darauf aufbauend wurden vier Hypothesen hergeleitet und anschließend empirisch geprüft. Es wurde der Frage nachgegangen, ob in Zeiten einer relativ konsonanten medialen Energieberichterstattung Personen mit einer dissonanten Einstellungs-Verhaltens-Relation generell weniger aktiv nach Informationen suchen.

Es zeigte sich, dass sich die *Energierhetoriker* (Personen mit einem hohen Energiebewusstsein aber einem geringen tatsächlichen Energiesparverhalten) signifikant seltener über das Thema Energie informieren. Vor allem wenn es sich für sie um ein subjektiv wichtiges Thema handelt, war die Vermeidung stärker ausgeprägt. Für die Einordnung dieser Befunde ist es wichtig hervorzuheben, dass es weder bestimmte Einstellungen sind, noch bestimmte Handlungsweisen, die sich auf die Intensität der Informationssuche auswirken, sondern das Zusammenspiel dieser Faktoren. Die Studie konnte insgesamt zeigen, dass Personen mit dissonanten Einstellungs-Verhaltens-Relationen nicht nur Medienangebote mit einer bestimmten inhaltlichen Ausrichtung vermeiden, sondern sich generell weniger intensiv den Informationen zuwenden. Weiterhin wurde die Wirkung verschiedener aus der Forschung bekannter Drittfaktoren bestätigt. So übten die Variablen *Innovationsbereitschaft, Alter* und *Einkommen* ebenfalls einen – vergleichsweise starken – Einfluss auf die aktive Informationssuche aus. Die Effekte von Dissonanz/Konsonanz waren hingegen – wie auch in früheren dissonanztheoretischen Studien – nicht sehr stark.

Einzelne Faktoren limitieren zudem die Reichweite der Befunde: Zunächst basieren die Ergebnisse auf einer regionalen und relativ kleinen Stichprobe. Weiterhin konnte die Sekundärdatenanalyse sich nicht in jedem Fall auf passgenaue Operationalisierungen der Indikatoren stützen, was deren Konstruktvalidität etwas schwächt. Kritisch anzumerken ist zudem, dass die *Bewertung der Energieberichterstattung* (2010) nicht zum Zeitpunkt *der aktiven Informationssuche* (2011) abgefragt wurde. Die Bewertung dürfte aber wohl eher zum Zeitpunkt der Informationssuche selbst einen Handlungseinfluss ausgeübt haben – wodurch die an dieser Stelle fehlenden signifikanten Effekte möglicherweise zu erklären sind.

Mit diesem Beitrag wurde eine theoretische Basis für die Analyse von Einstellungs-Verhaltens-Relationen geliefert. Die Prüfung des Modells erfolgte am Beispiel des Themas Energie, denkbar und wünschenswert wäre jedoch seine weitere Adaption und Überprüfung anhand anderer Themen. Hierfür geeignete Problemfelder müssen allerdings bestimmte Voraussetzungen erfüllen: Zum einen sollte sich ein Großteil der Bevölkerung zu dem Thema bereits eine Meinung gebildet haben. Zum anderen sollte hinreichend Varianz sowohl in den Einstellungen als auch in den Verhaltensweisen der Menschen vorhanden sein. Des Weiteren sollte das Thema auch die Lebenswelt der Individuen unmittelbar berühren. Hier können sowohl Bevölkerungsumfragen als auch Medieninhaltsanalysen erste Anhaltspunkte liefern, ob dabei Einstellungen und Verhalten prinzipiell im Widerspruch zueinander stehen *können*, was eine notwendige Bedingung des Modells darstellt. Einiges spricht auch dafür, dass die relative Neuheit des Themas die Eignung des hier vorgeschlagenen Modells beeinflusst. So ist gerade bei Themen, die schon eine Weile in der öffentlichen Debatte kursieren, davon auszugehen, dass der themenbezogene Informationsbedarf im Rahmen habitueller Mediennutzungsmuster befriedigt wird und dementsprechend eine zusätzliche aktive Informationssuche unwahrscheinlich ist.

Die vorliegende Untersuchung hat gezeigt, dass das Thema *Energie* für große Teile der Bevölkerung aus zwei Gründen ein wichtiges Thema darstellt: wegen seiner alltagspraktischen Bedeutung und wegen seiner politischen Relevanz. Viele Personen suchen

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2013-2-183 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

aktiv nach Informationen zum Thema und unterhalten sich mit anderen Personen über Fragen, die mit der Problematik verbunden sind. Aufgrund seiner Bedeutung wächst auch die strategische Relevanz des Themas in der politischen Arena und damit steigt der Kommunikationsbedarf. Allerdings ist sowohl die Planung strategischer politischer Kommunikation als auch die operative Ausgestaltung von Informationskampagnen mit Herausforderungen verbunden. Dies gilt insbesondere für die Ansprache der Energierhetoriker, denn sie sind schwerer durch Informationen zu erreichen, da sie die aktive Suche nach Informationen eher vermeiden. Für den Erfolg von Informationskampagnen und Öffentlichkeitsarbeit ist dies ein Hindernis, beispielsweise, wenn von staatlicher Seite Subventionen für die Wärmedämmung des Eigenheims angeboten werden. Energiepolitische Kommunikatoren, die auch diesen Typ erreichen wollen, kommen nicht umhin, ihre Botschaften auch über *Push-Medien* wie Fernsehen oder Radio zu lancieren, die beiläufiger und passiver rezipiert werden. Das Werben für einen effizienten Umgang mit Energie in dieser Zielgruppe sollte ihr ambivalentes Verhältnis zwischen unterstützenden Einstellungen gegenüber Maßnahmen der Energiewende und eher geringem praktischen Energiesparverhalten berücksichtigen. Eine dienliche Kommunikationsstrategie kann es deswegen sein, einerseits Verständnis dafür zum Ausdruck zu bringen, dass nicht alle mit gleichem Tempo das eigene Energienutzungsverhalten verändern, andererseits aber auch konkrete Maßnahmen und Wege zur Energieeffizienz aufzuzeigen. Eine zusätzliche Rahmung von Energiesparen und Umsteigen auf alternative Energien als ökonomisch profitables Handeln könnte zudem die aus der empirischen Forschung bekannten Motivationen aktivieren, um so praktisches Handeln zu induzieren.

Literatur

Ajzen, I. (1982). On Behaving in Accordance with One's Attitudes. In: M. P. Zanna, E. T. Higgins & C. P. Herman (Hrsg.), *Consistency in Social Behavior. The Ontario Symposium (Vol. 2)*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum, 3-15.

Ajzen, I. (1991): The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* (50): 179-211.

Arlt, D., & Wolling, J. (2011a). *Energiebewusstsein 2010. Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage in Thüringen zu energiebezogenen Einstellungen und Verhaltensweisen*, http://www.db-thueringen.de/servlets/DerivateServlet/Derivate-23574/ilm1-2011200439.pdf [20.01.2013].

Arlt, D., & Wolling, J. (2011b). *Energiebewusstsein 2011. Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage in Thüringen zu energiebezogenen Einstellungen und Verhaltensweisen*, http://www.db-thueringen.de/servlets/DerivateServlet/Derivate-24315/ilm1-2011200540.pdf [20.01.2013].

Aronson, E. (1968): Dissonance Theory: Progress and Problems. In: R. P. Abelson et al. (Hrsg.), *Theories of Cognitive Consistency*. Chicago, Rand McNally, 5-27.

Atkin, C. K. (1973). Instrumental Utilities and Information Seeking. In: P. Clarke (Hrsg.), *New Models for Mass Communication Research*. Beverly Hills, CA: Sage, 205-242.

Atkin, C. K., Galloway, J., & Nayman, O. B. (1976). News Media Exposure, Political Knowledge and Campaign Interest. *Journalism Quarterly*, 53(2), 231–237.

Brettschneider, F. (2002). Wahlen und Mediengesellschaft. Der Einfluss der Massenmedien auf die Parteipräferenz. In: U. von Alemann & S. Marschall (Hrsg.), *Parteien in der Mediendemokratie*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 57-80.

Chaiken, S. (1980): Heuristic Versus Systematic Information Processing and the Use of Source Versus Message Cues in Persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39(5), 752-766.

Cotton, J. L. (1985). Cognitive Dissonance in Selective Exposure. In: D. Zillmann & J. Bryant (Hrsg.), *Selective Exposure to Communication*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum, 11-33.

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2013-2-183 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Diekmann, A., & Preisendörfer, P. (1992). Persönliches Umweltverhalten. Diskrepanzen zwischen Anspruch und Wirklichkeit. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, 44(2), 226-251.

Diekmann, A., & Preisendörfer, P. (2001). *Umweltsoziologie. Eine Einführung*. Hamburg: Rowohlt.

Donsbach, W. (1991). *Medienwirkung trotz Selektion: Einflussfaktoren auf die Zuwendung zu Zeitungsinhalten*. Köln (u. a.): Böhlau.

Eckes, T., & Six, B. (1994). Fakten und Fiktionen in der Einstellungs-Verhaltens-Forschung: Eine Meta-Analyse. *Zeitschrift für Sozialpsychologie*, 25(4), 253-271.

Emmer, M., Vowe, G., & Wolling, J. (2011). *Bürger online: Die Entwicklung der politischen Online-Kommunikation in Deutschland*. Konstanz: UVK.

Europäische Kommission (2010). *Europäer und Nukleare Sicherheit. Special Eurobarometer 324*, http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_324_de.pdf [20.02.2013].

Festinger, L. (1957). *A Theory of Cognitive Dissonance*. Stanford Univ. Press.

Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading: Addison-Wesley.

Galle, M. (2012). *Framing in der Berichterstattung deutscher Tageszeitungen zu Atomenergie und regenerativer Energie vor und nach Fukushima und dem deutschen Atomausstieg*. Masterarbeit, Technische Universität Dresden.

Gantz, W., Fitzmaurice, M., & Fink, E. (1991). Assessing the Active Component of Information-Seeking. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 68(4), 630-637.

Griffin, R. J., Dunwoody, S., & Neuwirth, K. (1999). Proposed Model of the Relationship of Risk Information Seeking and Processing to the Development of Preventive Behaviors. *Environmental Research*, 80(2), 230-245.

Griffin, R. J., Neuwirth, K., Dunwoody, S., & Giese, J. (2004). Information Sufficiency and Risk Communication. *Media Psychology*, 6(1), 23-61.

Haas, A. (2007): *Medienmenüs. Der Zusammenhang zwischen Mediennutzung, SINUS-Milieus und Soziodemographie*. München: Nomos.

Hastall, M. (2009). Informational Utility as Determinant of Choices. In: T. Hartmann (Hrsg.), *Media Choice: A Theoretical and Empirical Overview*. New York, London: Routledge, 149-166.

Hines, J., Hungerford, H. R., & Tomera, A. N. (1986/1987). Analysis and Synthesis of Research on Responsible Environmental Behavior: A Meta-Analysis. *Journal of Environmental Education*, (18), 1-8.

Iyengar, S., & Kinder, D. R. (1987). *News that Matters: Television and American Opinion*. Chicago, London: The University of Chicago Press.

Kahlor, L., Dunwoody, S., Griffin, R. J., & Neuwirth, K. (2006). Seeking and Processing Information about Impersonal Risk. *Science Communication*, 28(2), 163-194.

Kahlor, L. A. (2007): An Augmented Risk Information Seeking Model: The Case of Global Warming. *Media Psychology,* 10(3): 414-435.

Kepplinger, H. M., & Brosius, H.-B. (1990). Der Einfluß der Parteibindung und der Fernsehberichterstattung auf die Wahlabsichten der Bevölkerung. In: M. Kaase & H.-D. Klingemann (Hrsg.), *Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlaß der Bundestagswahl 1987*. Opladen: Westdeutscher Verlag, 675-688.

Kolmer, C., Brettschneider, F., & Bachl, M. (2011). *Hohenheimer Mediaskop: Februar, März, April, Mai und Juni 2011*, https://mediaskop.uni-hohenheim.de/archiv [21.01.2013].

Kosicki, G. M., & McLeod, J. M. (1990). Learning from Political News: Effects of Media Images and Information-processing Strategies. In: S. Kraus (Hrsg.), *Mass Communication and Political Information Processing*. Hillsdale: Erlbaum, 69-83.

Krüger, U. M. (2012): InfoMonitor 2011: Fernsehnachrichten bei ARD, ZDF, RTL und Sat.1. In: *Media Perspektiven* 2: 78-106, http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/02-2012_Krueger.pdf [21.01.2013].

Lauf, E. (2002). Freiheit für die Daten! Sekundäranalysen und Datenbestände in der deutschen Medien- und Kommunikationswissenschaft. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 50(2), 247-260.

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2013-2-183 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

McGuire, W. J. (1967). The Current Status of Cognitive Consistency Theories. In: M. H. Fishbein (Hrsg.), *Readings in Attitude Theory and Measurement*. New York: Wiley, 401-421.

Preisendörfer, P. (1999). *Umwelteinstellungen und Umweltverhalten in Deutschland: empirische Befunde und Analysen auf der Grundlage der Bevölkerungsumfragen „Umweltbewusstsein in Deutschland 1991-1998"*. Opladen: Leske+Budrich.

Preisendörfer, P., & Diekmann, A. (1998). Umweltbewusstsein und Umweltverhalten in Low- und High-Cost-Situationen. Eine empirische Überprüfung der Low-Cost-Hypothese. *Zeitschrift für Soziologie*, 27(6), 438–453.

Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations* (5. Aufl.). New York: Free Press.

Rössler, P. (1997). *Agenda-Setting. Theoretische Annahmen und empirische Evidenzen einer Medienwirkungshypothese*. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Schweiger, W. (2007). *Theorien der Mediennutzung: Eine Einführung*. Wiesbaden: VS Verlag.

Steiger, A. (2011). Abkehr vom Atomstrom. *Sueddeutsche.de*, 22. März 2011, http://www.sueddeutsche.de/muenchen/erding/strom-sparen-in-erding-abkehr-vom-atomstrom-1.1075783 [21.01.2013].

Stroud, N. J. (2008). Media Use and Political Predispositions: Revisiting the Concept of Selective Exposure. *Political Behavior*, 30(3), 341-366.

Turner, M. M., Rimal, R. N., Morrison, D., & Kim, H. (2006). The Role of Anxiety in Seeking and Retaining Risk Information: Testing the Risk Perception Attitude Framework in Two Studies. *Human Communication Research*, 32(2), 130-156.

Umweltbundesamt (2010). Energiesparen lohnt sich doppelt, http://www.umweltdaten.de/publikationen/fpdf-l/4004.pdf [21.01.2013].

Whitmarsh, L. (2009). Behavioural Responses to Climate Change: Asymmetry of Intentions and Impacts. *Journal of Environmental Psychology*, 29(1), 13-23.

Wolling J. & Arlt, D. (2013): Smart Metering in den Medien und im Urteil der Öffentlichkeit. In: D. Westermann, D. Döring, & P. Bretschneider (Hrsg), *Smart Metering zwischen technischer Herausforderung und gesellschaftlicher Akzeptanz – Interdisziplinärer Status Quo*. Ilmenau: Univ.-Verl. Ilmenau, 7-49.

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2013-2-183 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY