

Inhaltsverzeichnis

Tabellenverzeichnis	IX
Abbildungsverzeichnis	XI
Abkürzungsverzeichnis	XIII
Symbolverzeichnis	XV
1 Einleitung	1
2 Stromversorgung in Deutschland	7
2.1 Historische Entwicklung	7
2.1.1 Entwicklung der Nachfrage	7
2.1.2 Entwicklung des Angebotes	11
2.1.3 Entwicklung der Netze	15
2.2 Aktuelle Organisation	18
2.2.1 Marktdaten	23
2.2.2 Der Markt für Erneuerbare Energien	27
3 Theoretischer Hintergrund	49
3.1 Private Bereitstellung Öffentlicher Güter	49
3.1.1 Lindahl Gleichgewicht und Trittbrettfahren	49
3.1.2 Cornes-Sandler-Modell	50
3.1.3 Crowding out und die Neutralitätshypothese	57
3.1.4 Moral und Umweltbewusstsein	59
3.1.5 Additivität	64
3.2 Asymmetrische Informationen	65
3.3 Erhebung der Zahlungsbereitschaft	70
3.4 Experimentelle Ökonomie	74
3.5 Hypothesen	83
3.6 Grundsätzliche Überlegungen zum Design des Experimentes „Zahlungsbereitschaft für Ökostrom“	85
4 Additivität von Ökostrom	93
4.1 Theoretisches Modell	93
4.1.1 Private Beiträge zum Öffentlichen Gut	93
4.1.2 Durch Umlageverfahren finanzierte Beiträge zum Öffentlichen Gut	96
4.1.3 Wirkung von Additivität auf den privaten Beitrag zum Öffentlichen Gut	98
4.2 Experiment	101
4.3 Ergebnisse	109

5 Qualität von Ökostrom	121
5.1 Theoretisches Modell	121
5.1.1 Sicherheit der CO ₂ -Vermeidung	121
5.1.2 Unsicherheit der CO ₂ -Vermeidung	121
5.1.3 Lokale Produktion	123
5.2 Experiment	123
5.3 Ergebnisse	127
6 Post-experimenteller Fragebogen	135
6.1 Design	135
6.2 Ergebnisse	136
6.2.1 Sozioökonomische Variablen	137
6.2.2 Wissen	139
6.2.3 Bewusstsein	141
6.2.4 Verantwortung	142
6.2.5 Engagement	143
6.2.6 Glaubwürdigkeit	145
6.2.7 Motivation	146
7 Designübergreifende Ergebnisse	149
7.1 Panelanalyse	149
7.2 Gendereffekte	155
8 Zusammenfassung und Schlussfolgerungen	165
Literaturverzeichnis	179
Anhang	193
A Transkription des Audiobeitrages	193
B Dokumentation des Experimentes	194
Treatment 1	194
Treatment 2	201
Treatment 3	206
Treatment 4	217
Treatment 5	224
Treatment 6	229
Treatment 7	240
Treatment 8	247
Treatment 9	252
C Dokumentation des Fragebogens	264