

Dobkowitz, Sonja; Wittenberg, Erich

Article

"Umweltbewusste Verbraucher*innen spornen Firmen zu grünen Innovationen an": Interview

DIW Wochenbericht

Provided in Cooperation with:

German Institute for Economic Research (DIW Berlin)

Suggested Citation: Dobkowitz, Sonja; Wittenberg, Erich (2025) : "Umweltbewusste Verbraucher*innen spornen Firmen zu grünen Innovationen an": Interview, DIW Wochenbericht, ISSN 1860-8787, Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung (DIW), Berlin, Vol. 92, Iss. 23, pp. 342-, https://doi.org/10.18723/diw_wb:2025-23-2

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/320390.2>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.



Sonja Dobkowitz, wissenschaftliche
Mitarbeiterin in der Abteilung
Makroökonomie im DIW Berlin

INTERVIEW

„Umweltbewusste Verbraucher*innen spornen Firmen zu grünen Innovationen an“



1. **Frau Dobkowitz, Sie haben anhand von Daten aus den USA untersucht, ob eine „grünere“ Nachfrage die Forschungsinvestitionen von Autoherstellern beeinflussen kann. Wie haben Sie die Bereitschaft, sich umweltfreundlicher verhalten zu wollen, gemessen?** Dazu haben wir Google-Daten genutzt. Google stellt Informationen zur Häufigkeit von Suchen nach gewissen Begriffen zur Verfügung. Wir haben uns hier auf die Begriffe „Solar Energy“, „Electric Car“ und „Recycling“ konzentriert, weil diese eine Bereitschaft zu Verhaltensänderungen im Kontext von Umweltschutz ausdrücken können.
2. **Führt die Bereitschaft, sich umweltfreundlicher verhalten zu wollen, auch zu einem Anstieg der Verkaufszahlen von umweltfreundlicheren Autos?** Wir haben zunächst einmal nur die Suchanfragen von Google und wissen nicht, ob sich die Bereitschaft letztlich wirklich in den Verkaufszahlen niederschlägt. Wir können aber zeigen, dass die Wahrscheinlichkeit, dass ein Haushalt ein elektrisches Fahrzeug oder Solarenergie nutzt, steigt, wenn die Zahl der Suchanfragen nach den genannten Begriffen steigt.
3. **Können Sie die Beeinflussung von monetären Anreizen wie Umweltpremien oder Steuererleichterungen von der Bereitschaft, sich umweltfreundlicher zu verhalten, trennen? Inwieweit gibt es da eine wechselseitige Beeinflussung?** Wir versuchen im Grunde alle anderen Aspekte, die eine Verhaltensänderung, zum Beispiel den Kauf eines Elektroautos statt eines Verbrenners, beeinflussen, von den Haushaltspräferenzen zu entkoppeln. Sicherlich führen monetäre Anreize auch dazu, dass mehr elektrische Autos gekauft werden. Wir zeigen in der Studie auch, dass ein Anstieg der Benzinpreise, zum Beispiel durch einen Anstieg des CO₂-Preises, dazu führt, dass Hersteller ihre Forschungsinvestitionen anpassen.
4. **Beeinflussen grünere Haushaltspräferenzen die Forschungsinvestitionen von Firmen?** Ja. Wir können tatsächlich feststellen, dass Veränderungen von Haushalts-

präferenzen einen Effekt haben. Zum einen sehen wir einen generellen Anstieg der Forschungsinvestitionen. Wir sehen aber auch eine Anpassung der Zusammensetzung von Forschungsinvestitionen. So stellen wir fest, dass Patentanmeldungen für sauberere Technologien, zum Beispiel für elektrisch oder wasserstoffbetriebene Fahrzeuge, vorübergehend steigen, während Patentanmeldungen für Verbrennungsmotoren dauerhaft zurückgehen. Anmeldungen für Patente, die Verbrennungsmotoren sauberer machen, steigen hingegen langfristig.

5. **Die Untersuchung wurde auf Grundlage US-amerikanischer Daten durchgeführt. Inwieweit sind die Ergebnisse auf andere Länder übertragbar?** Der Vorteil unserer Studie ist, dass diese Automobilhersteller global agierende Firmen sind. In unserer Stichprobe finden sich Firmen wie Toyota, Ford und BMW. Die Reaktion solcher Firmen sollte auf andere Länder übertragbar sein. Allerdings spielt der ökonomische Rahmen, in dem sich die Haushalte in den USA verhalten, wahrscheinlich schon eine Rolle.
6. **Welche Bedeutung könnten Ihre Ergebnisse für zukünftige politische Weichenstellungen haben?** Unsere Ergebnisse zeigen, dass die Bereitschaft der Haushalte, sich umweltfreundlicher zu verhalten, ohne, dass dies monetär gesteuert ist, einen Effekt auf die Innovationsentscheidungen von Firmen hat. Sie investieren weniger in die Erforschung von Verbrennungstechnologien. Die Politik kann sich das zunutze machen, indem sie für mehr Transparenz sorgt, was die Umweltwirkungen sowohl bei der Nutzung als auch der Produktion von Produkten betrifft.

Das Gespräch führte Erich Wittenberg.



Das vollständige Interview zum Anhören finden Sie auf
www.diw.de/interview



DIW Berlin — Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung e. V.
Mohrenstraße 58, 10117 Berlin

www.diw.de

Telefon: +49 30 897 89-0 E-Mail: kundenservice@diw.de

92. Jahrgang 4. Juni 2025

Herausgeber*innen

Prof. Anna Bindler, Ph.D.; Prof. Dr. Tomaso Duso; Sabine Fiedler; Prof. Marcel Fratzscher, Ph.D.; Prof. Dr. Peter Haan; Prof. Dr. Claudia Kemfert; Prof. Dr. Alexander S. Kritikos; Prof. Dr. Alexander Kriwoluzky; Prof. Karsten Neuhoﬀ, Ph.D.; Prof. Dr. Sabine Zinn

Chefredaktion

Prof. Dr. Pio Baake; Claudia Cohnen-Beck; Sebastian Kollmann;
Kristina van Deuverden

Lektorat

Prof. Dr. Franziska Holz

Redaktion

Rebecca Buhner; Dr. Hella Engerer; Petra Jasper; Adam Mark Lederer;
Frederik Schulz-Greve; Sandra Tubik

Gestaltung

Roman Wilhelm; Stefanie Reeg; Eva Kretschmer, DIW Berlin

Umschlagmotiv

© imageBROKER / Steffen Diemer

Satz

Satz-Rechen-Zentrum Hartmann + Heenemann GmbH & Co. KG, Berlin

Der DIW Wochenbericht ist kostenfrei unter www.diw.de/wochenbericht
abrufbar. Abonnieren Sie auch unseren Wochenberichts-Newsletter unter
www.diw.de/wb-anmeldung

ISSN 1860-8787

Nachdruck und sonstige Verbreitung – auch auszugsweise – nur mit
Quellenangabe und unter Zusendung eines Belegexemplars an
den Kundenservice des DIW Berlin zulässig (kundenservice@diw.de).