



Themenbereich Haushalte

# Wohnungsumzüge als Window of Opportunity für Gewohnheitsände- rungen im Energiebereich

Forschungsprojekt FP-1.24  
Schlussbericht, März 2020

# 56

2011

2012

2013

2014

2015

2016

2017

2018

2019

2020

**Auftraggeber**

Energieforschung Stadt Zürich  
Ein ewz-Beitrag zur 2000-Watt-Gesellschaft

**Auftragnehmer**

econcept AG, Gerechtigkeitsgasse 20, 8002 Zürich  
www.econcept.ch

Universität Zürich, Sozialforschungsstelle, Binzmühlestrasse 14, 8050 Zürich  
<http://www.psychologie.uzh.ch/fachrichtungen/sowi/SFS.html>

**Autorinnen und Autoren**

Corinne Moser, Dr. sc. ETH, lic. phil. hum in Sozialpsychologie und Soziologie  
Jürg Artho, Dr. Sozialpsychologe, eidg. dipl. Sozialpädagoge  
Vanessa Bibic, BA UZH in Sozialwissenschaften

**Begleitgruppe**

Reto Bertschinger, Gesundheits- und Umweltdepartement (GUD)  
Björn Slawik, ewz  
Martina Blum, Departement der Industriellen Betriebe (DIB)  
Ruth Furrer, Tiefbauamt (TAZ)  
Rahel Gessler, Umwelt- und Gesundheitsschutz Zürich (UGZ)  
Dr. Yvonne Lötscher, Umwelt- und Gesundheitsschutz Zürich (UGZ)  
Dr. Urs Rey, Statistik Stadt Zürich (SSZ)  
Franz Sprecher, Amt für Hochbauten (AHB)

Das Projekt wurde durch Rahel Gessler (UGZ) und Dr. Urs Rey (SSZ) als PatInnen betreut.

**Zitierung**

Moser C., Artho J., Bibic V. (2020): Wohnungsumzüge als "Window of Opportunity" für Gewohnheitsänderungen im Energiebereich. Energieforschung Stadt Zürich. Bericht Nr. 56, Forschungsprojekt FP-1.24.

Für den Inhalt sind alleine die Autorinnen und Autoren verantwortlich. Der vollständige Bericht kann unter [www.energieforschung-zuerich.ch](http://www.energieforschung-zuerich.ch) bezogen werden.

**Kontakt**

Energieforschung Stadt Zürich  
Geschäftsstelle  
c/o econcept AG, Gerechtigkeitsgasse 20, 8002 Zürich  
[reto.dettli@econcept.ch](mailto:reto.dettli@econcept.ch) 044 286 75 75

**Titelbild**

Luca Zanier, Zürich

# Energieforschung Stadt Zürich

Ein ewz-Beitrag zur 2000-Watt-Gesellschaft

**Energieforschung Stadt Zürich ist ein auf zehn Jahre angelegtes Programm und leistet einen Beitrag zur 2000-Watt-Gesellschaft. Dabei konzentriert sich Energieforschung Stadt Zürich auf Themenbereiche an der Nahtstelle von sozialwissenschaftlicher Forschung und der Anwendung von neuen oder bestehenden Effizienztechnologien, welche im städtischen Kontext besonders interessant sind.**

Im Auftrag von ewz betreiben private Forschungs- und Beratungsunternehmen sowie Institute von Universität und ETH Zürich anwendungsorientierte Forschung für mehr Energieeffizienz und erneuerbare Energien. Die Forschungsergebnisse und -erkenntnisse sind grundsätzlich öffentlich verfügbar und stehen allen interessierten Kreisen zur Verfügung, damit Energieforschung Stadt Zürich eine möglichst grosse Wirkung entfaltet – auch ausserhalb der Stadt Zürich. Geforscht wird zurzeit in zwei Themenbereichen.

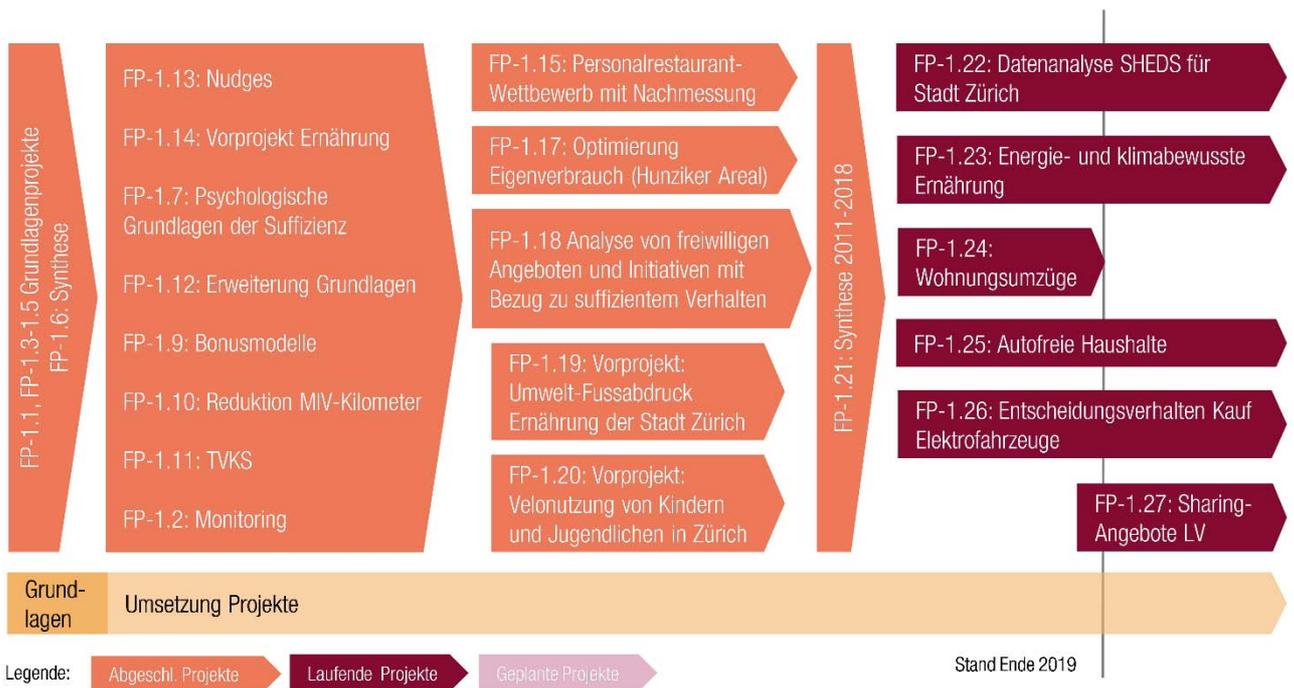
## **Themenbereich Haushalte**

Der Themenbereich Haushalte setzt bei den Einwohnerinnen und Einwohnern der Stadt Zürich an, die zuhause, am Arbeitsplatz und unterwegs Energie konsumieren und als Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträger in vielerlei Hinsicht eine zentrale Rolle bei der Umsetzung der 2000-Watt-Gesellschaft einnehmen. Dabei werden insbesondere sozialwissenschaftliche Aspekte untersucht, die einen bewussten Umgang mit Energie fördern oder verhindern. In Feldversuchen mit Stadtzürcher Haushalten wird untersucht, welche Hemmnisse in der Stadt Zürich im Alltag relevant sind und welche Massnahmen zu deren Überwindung dienen.

## **Themenbereich Gebäude**

Der Themenbereich Gebäude setzt bei der Gebäudeinfrastruktur an, welche zurzeit für rund 70 Prozent des Endenergieverbrauchs der Stadt Zürich verantwortlich ist. In wissenschaftlich konzipierten und begleiteten Umsetzungsprojekten sollen zusammen mit den Eigentümerinnen und Eigentümern sowie weiteren Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträgern Sanierungsstrategien für Gebäude entwickelt und umgesetzt werden, um damit massgebend zur Sanierung und Erneuerung der Gebäudesubstanz in der Stadt Zürich beizutragen. Im Vordergrund stehen die Steigerung der Energieeffizienz im Wärmebereich und die Minimierung des Elektrizitätsbedarfs.

## Übersicht und Einordnung der Forschungsprojekte (FP) im Themenbereich Haushalte



# Inhalt

<b>Zusammenfassung</b>	<b>3</b>
Ausgangslage, Ziele der Studie und Forschungsfragen	3
Methodik und Vorgehen	4
Zentrale Erkenntnisse: Beantwortung der Forschungsfragen	5
<b>1 Einleitung</b>	<b>12</b>
1.1 Ausgangslage	12
1.2 Ziel und Forschungsfragen	12
1.3 Überblick über Vorgehensweise.	13
1.4 Definitionen und Abgrenzungen	14
<b>2 Stand der Forschung</b>	<b>14</b>
2.1 Theorien	15
2.2 Entscheidungsphasen und -zeitpunkte	16
2.3 Angepasste Verhaltensweisen und Einflussfaktoren	17
2.4 Informationen und Angebote	19
2.5 Wirkungen von Interventionen im Zusammenhang mit Zu- und Umzügen	20
<b>3 Perspektive Städte und Gemeinden</b>	<b>21</b>
3.1 Methode	21
3.2 Wichtigste Ergebnisse: Perspektive der Städte und Gemeinden	22
<b>4 Perspektive Umziehende</b>	<b>26</b>
4.1 Methode	26
4.2 Wichtigste Zu- und Umzugsgründe	28
4.3 Phasen und Entscheidungen	29
4.4 Einflussfaktoren auf Verhaltensentscheidungen	30
4.5 Informationen und Angebote	32
<b>5 Synthese</b>	<b>33</b>
5.1 Zielgruppen	34
5.2 Timing	35
5.3 Interventionsmittel	36
5.4 Interventionsinhalte	37
5.5 Integration	39

<b>6</b>	<b>Empfehlungen für die Stadt Zürich mit Blick auf Interventionen rund um den Zu- und Umzug</b>	<b>41</b>
6.1	Empfehlung für die Optimierung des bestehenden Grüezi-Couverts	41
6.2	Empfehlungen für neue Interventionen	42
<b>7</b>	<b>Literatur</b>	<b>46</b>
	<b>Anhang</b>	<b>48</b>
A-1	Detailtabellen zu den einzelnen Städten und Gemeinden	48
A-2	Informationsblatt für Interviewanfragen bei Vertretern/innen Städte: Wohnungsumzüge als "window of opportunity" für Gewohnheitsänderungen im Energiebereich	52
A-3	Leitfaden Städte und Gemeinde	53
A-4	Leitfaden Umziehende	55

## Zusammenfassung

### Ausgangslage, Ziele der Studie und Forschungsfragen

Energierrelevantes Verhalten ist oft Gewohnheitsverhalten. Studien betonen die Relevanz des Kontextes, in dem ein Verhalten eingebettet ist. Aus diesem Grund stellen Änderungen des Kontextes eine Gelegenheit dar, Gewohnheiten anzupassen. Ein typisches Ereignis, welches mit einer Kontextänderung verbunden ist, ist ein Wohnungswechsel.

Mit diesem Forschungsprojekt sollen die Potenziale von Verhaltensänderungen rund um einen Wohnungswechsel hinsichtlich ressourcenschonender Lebensweisen ermittelt und Vorschläge für Massnahmen der Stadt Zürich formuliert werden. Dazu werden die Entscheidungsprozesse von Personen beim Zuzug in die Stadt und Umzug innerhalb der Stadt Zürich analysiert, die Aktivitäten der Stadt Zürich und anderer Städte untersucht sowie Verbesserungsvorschläge formuliert.

Der Fokus liegt aufgrund der Relevanz für den Energieverbrauch und den CO<sub>2</sub>-Ausstoss auf Mobilitätsverhalten, Wohnungswahl, der Wahl des Strommixes, der Nutzung von Elektrogeräten und der auswärtigen Ernährung.

Ziel dieser Studie ist es, Empfehlungen für städtische Interventionen<sup>1</sup> zur Förderung von ressourcenschonenden Verhaltensweisen und Gewohnheiten nach einem Zu- oder Umzug zu entwickeln. Mit Interventionen sind Aktivitäten von Städten im Rahmen von Um- und Zuzügen gemeint, welche Änderungen im Verhalten anstossen sollen (z.B. Informationsflyer, Anreize, Plakatkampagnen). Konkret werden die folgenden Forschungsfragen untersucht:

Nr.	Forschungsfragen
<i>Recherche und aktuelle Interventionsbeispiele aus Schweizer Städten</i>	
1a	Mit welchen Interventionen (z.B. Angebote, Informationen, Zuzugspakete) richten sich die Stadt Zürich und weitere ausgesuchte Schweizer Städte und Gemeinden an Umziehende bzw. Zuziehende?
1b	Welche Erkenntnisse gibt es in der aktuellen wissenschaftlichen Literatur zu i) Entscheidungsprozessen beim Zu- und Umzug und ii) Interventionen um Verhaltens- und Gewohnheitsänderungen nach Umzügen zu motivieren?
<i>Qualitative Erkenntnisse zu Entscheidungsprozessen beim Zu- und Umzug</i>	
2a	Wie laufen Entscheidungsprozesse beim zu- und Umzug in der Regel ab? Welche Fragen werden wann im zeitlichen Verlauf anhand welcher Informationsgrundlagen entschieden? Welche Rolle spielen dabei Sachzwänge, Rahmenbedingungen, Wünsche und Bedürfnisse der Umziehenden? Gibt es Unterschiede zwischen Zuziehenden und innerhalb einer Stadt umziehenden Haushalten?
2b	Welche Informationen oder Angebote zu welchem Zeitpunkt von welchen Akteuren wären für Personen, die einen Zu- oder Umzug planen, im Hinblick auf Verhaltensänderungen hilfreich?
2c	Bei welchen Verhaltensweisen und Gewohnheiten sind Änderungen denkbar? Wie wird das betreffende Energiesparpotenzial eingeschätzt? In welchen Bereichen gibt es Co-Benefits durch Verhaltensänderungen für die Umziehenden (z.B. Zeitersparnis, Aufbau von Netzwerk in der (neuen) Nachbarschaft)?

<sup>1</sup> Unter dem Begriff Interventionen werden in diesem Bericht einzelne Massnahmen oder Massnahmenpakete, Aktivitäten oder Botschaften verstanden, welche von einer Stadt umgesetzt werden, um Verhaltensänderungen anzustossen.

Nr.   Forschungsfragen	
<i>Verbesserungsvorschläge für Interventionen, neue Interventionen zur Reduktion des Energieverbrauchs beim Zu- oder Umzug</i>	
3a	Abgleich zwischen aktuellen Interventionsbeispielen aus Schweizer Städten (FS 1a) und den qualitativen Erkenntnissen (FS 2a-c): Welche Aspekte sind bereits durch die aktuellen Interventionen abgedeckt und wo gibt es Lücken?
3b	Wie könnten basierend auf den qualitativen Erkenntnissen bestehende Interventionen verbessert werden? Welche neuen Interventionen wären erfolgsversprechend im Hinblick auf die Reduktion des Energieverbrauchs? Welche Wirkungen dieser Verbesserungen und Neuerungen auf den Energieverbrauch werden erwartet?

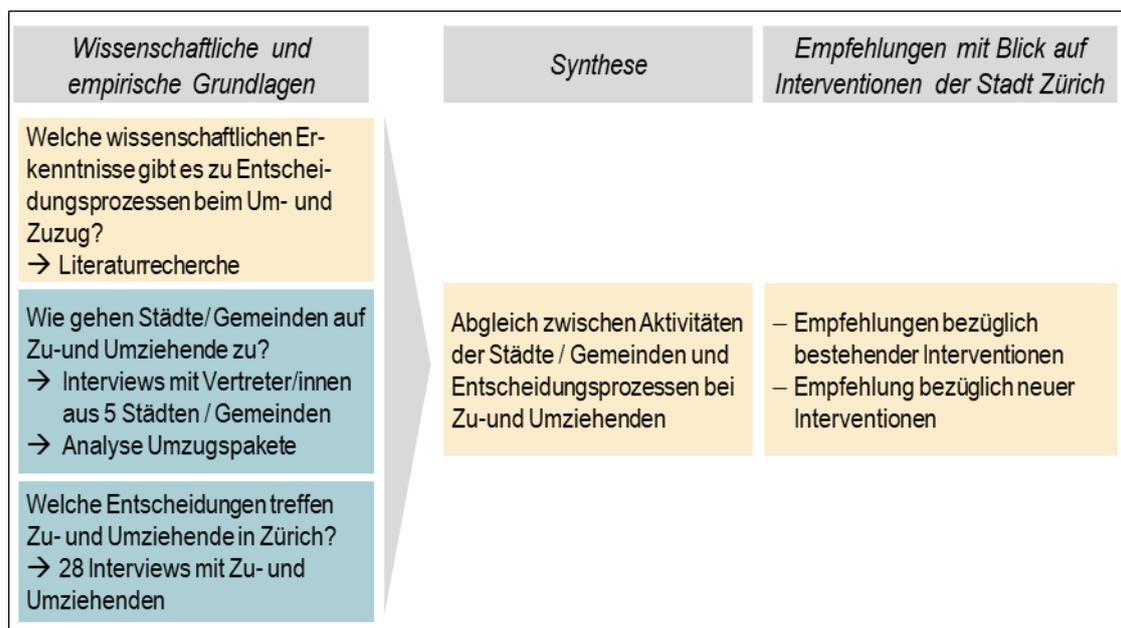
Tabelle 1: Forschungsfragen.

## Methodik und Vorgehen

Figur 1 gibt einen Überblick über die Vorgehensweise des Projekts. In einem ersten Schritt wurden die wissenschaftlichen Grundlagen erarbeitet. Zusätzlich wurden mittels persönlicher und telefonischer Interviews empirische Daten erhoben:

- Mit Interviews mit Vertreter/innen aus fünf Städten und Gemeinden (Zürich, St.Gallen, Baden, Wettingen, Basel) wurde analysiert, wie die entsprechenden Städte und Gemeinden auf Zu- und Umziehende zugehen.
- 28 Interviews mit Um- und Zuziehende dienten dazu, Entscheidungsprozesse bei Um- und Zuziehenden in Zürich besser zu verstehen.

In einem nächsten Schritt wurden die wissenschaftlichen und empirischen Grundlagen synthetisiert. Aus der Synthese wurden Empfehlungen mit Blick auf bestehende und neue Interventionen entwickelt.



econcept / Sozialforschungsstelle UZH

Figur 1: Vorgehensweise. Blaue Kästen: empirische Arbeiten, gelbe Kästen: konzeptionelle Arbeiten

## Zentrale Erkenntnisse: Beantwortung der Forschungsfragen

*1a) Mit welchen Interventionen (z.B. Angebote, Informationen, Zuzugspakete) richten sich die Stadt Zürich und weitere ausgesuchte Schweizer Städte und Gemeinden an Umziehende bzw. Zuziehende?*

Gemäss den Interviews mit Vertretern/innen von fünf Schweizer Städten und Gemeinden verfolgen alle untersuchten Städte und Gemeinden Strategien, wie sie auf Zuziehende zugehen. Im Fokus stehen die Vermittlung einer Willkommenskultur in der Stadt bzw. in der Gemeinde, die Vermittlung von Informationen zur Stadt bzw. zur Gemeinde sowie die Integration von Zuziehenden ausländischer Herkunft.

Dabei stehen die folgenden zwei Zielgruppen im Fokus:

- Zuziehende: Der Fokus der untersuchten Städte und Gemeinden liegt stark auf Zuziehenden. Innerhalb der Gemeinde Umziehende werden nicht spezifisch berücksichtigt.
- Zuziehende ausländischer Herkunft: Alle untersuchten Städte und Gemeinden bieten spezifische Dienstleistungen für Zuziehende ausländischer Herkunft an (z.B. Webseiten<sup>2</sup>, Willkommensgespräch in der Muttersprache, Hinweise zu Veranstaltungen und Kursen) teilweise werden Kurskosten für Sprachkurse übernommen.

Alle untersuchten Städte und Gemeinden nutzen wenn möglich den persönlichen Kontakt, um Informationen zu vermitteln. Hierbei ist für alle untersuchten Städte und Gemeinden der Kontakt im Rahmen der Anmeldung am Schalter ein zentrales Moment. Dabei dominiert der Einsatz von Papier (z.B. Flyer, Gutscheine). Zunehmend werden auch elektronische Mittel (z.B. USB-Key, Web-Key) im Rahmen der Online-Anmeldung eingesetzt.

In der Stadt Zürich enthält das «Grüezi-Couvert», das am Schalter am Kreisbüro allen Zuziehenden/innen abgegeben wird, folgende Materialien im Bereich Energie, Mobilität, Umwelt, Klima:

- ZVV Tarifinformation und Netz
- VBZ Infolyer und Wettbewerb für ein Monats-Abonnement
- Infolyer Stadtverkehr 2025 (Velo-, öffentlicher und Fussverkehr)
- Bezugsschein für Kaliumiodidtabletten
- Entsorgungskalender

Die Anmeldung bei ewz erfolgt online<sup>3</sup>. Bei dieser Gelegenheit können sich Kunden/innen auch für ein Stromprodukt entscheiden. Es stehen drei Produkte zur Verfügung (ewz.pronatur, ewz.natur, ewz.econatur), die kurz beschrieben sind. Bei jedem Produkt sind die Preise pro kWh für Hoch- und Niedertarif angegeben. Das Produkt ewz.pronatur (100% naturemade star-zertifizierter Strom) ist dabei vorausgewählt und wird von der ewz explizit empfohlen. Die Kunden/innen können auch ein anderes Produkt wählen.

Auch in den anderen untersuchten Städten und Gemeinden fokussieren die eingesetzten Materialien mit Bezügen zu Energie, Mobilität, Umwelt und Klima schwerpunktmässig auf

<sup>2</sup> Teilweise auch im Rahmen kantonalen Initiativen, wie z.B. Hallo Aargau <https://www.hallo-aargau.ch/> [Stand URL: 24.10.2019]

<sup>3</sup> <https://www.ewz.ch/de/mein-ewz/services/umzug.html> [Stand URL: 07.01.2020]

die Entsorgung, z.B. Abfallkalender, und auf die lokale Mobilität, z.B. Netzpläne und Tarifinformationen. Je nach Gemeinde werden weitere Aspekte vertieft. Wichtige energierelevante Themen wie beispielsweise die Wohnungsfläche, das Heizen oder die Ernährung werden in den Materialien nicht thematisiert. Sensibilisierungsmassnahmen, wie beispielsweise Energiespartipps oder Überzeugungsbotschaften finden sich ebenfalls nicht.

Alle untersuchten Städte und Gemeinden nutzen unterschiedliche Strategien, von reiner Information, über auf die Bedürfnisse der Zuziehenden zugeschnittene Informationen bis hin zu Anreizen (z.B. Gutscheine für verschiedene Angebote). ewz nutzt eine Nudging-Strategie, indem sie auf dem Umzugsportal bei den Stromprodukten bereits eine Vorauswahl für ein besonders ökologisches Stromprodukt trifft.

*1b) Welche Erkenntnisse gibt es in der aktuellen wissenschaftlichen Literatur zu i) Entscheidungsprozessen beim Zu- und Umzug und ii) Interventionen um Verhaltens- und Gewohnheitsänderungen nach Umzügen zu motivieren?*

Die Literatur zu Entscheidungsprozessen beim Zu- und Umzug fokussiert stark auf das Mobilitätsverhalten. Die Wohnortwahl und die Verkehrsmittelwahl sind stark miteinander verflochten und werden zudem von weiteren Faktoren beeinflusst (z.B. Lebensstile, Wohnungsmarkt). Ein Wohnortwechsel kann Mobilitätsgewohnheiten grundsätzlich brechen und neu setzen. Auch nach dem Zu- oder Umzug werden Anpassungen vorgenommen, wenn sich der Kontext anders präsentiert als erwartet.

Zu Entscheidungsprozessen beim Zu- oder Umzug zeigen sich in der wissenschaftlichen Literatur die folgenden zentralen Erkenntnisse:

- Entscheidungsphasen: Gemäss der Literatur lassen sich drei Entscheidungsphasen unterscheiden, die Phase vor dem Wohnungsentscheid, vor dem Umzug und nach dem Umzug. Je nach Umzugsgrund und Haushaltszusammensetzung dauern insbesondere die erste und die dritte Phase unterschiedlich lange.
- Entscheide in den Entscheidungsphasen: Entscheide mit grossem Einfluss auf den Energieverbrauch, insbesondere Entscheidungen bezüglich Mobilität und Wohnfläche werden in der Phase vor dem Wohnungsentscheid gefällt. Nach dem Umzug werden die Entscheidungen in die Praxis umgesetzt und ggf. nochmals im Rahmen der Möglichkeiten angepasst.
- Einflussfaktoren: der Wohnungsmarkt, insbesondere Preis und Verfügbarkeit sind zentrale Faktoren für den Wohnungsentscheid, wobei die Zentralität der Wohnung und ihre Anbindung an den öffentlichen Verkehr oder an andere Verkehrsinfrastruktur (z.B. Velowege) wiederum wichtig für Mobilitätsentscheidungen sind. Auch Merkmale der Wohnung (z.B. Grösse, Anzahl Zimmer, Helligkeit, Ausstattung) beeinflussen den Wohnungsentscheid. Überlegungen zum Energie-, oder Ressourcenverbrauch und CO<sub>2</sub>-Ausstoss hatten bei den interviewten Personen keine grosse Relevanz bei Umzugsentscheidungen.

Es gibt nur wenige Studien welche Interventionen im Zusammenhang mit Um- oder Zuzügen untersuchen. Zudem konnte bisher nicht klar nachgewiesen werden, wie wirksam Interventionen beim Um- oder Zuzug sind, um nachhaltiges Verhalten zu fördern.

*2a) Wie laufen Entscheidungsprozesse beim Zu- oder Umzug in der Regel ab? Welche Fragen werden wann im zeitlichen Verlauf anhand welcher Informationsgrundlagen entschieden? Welche Rolle spielen dabei Sachzwänge, Rahmenbedingungen, Wünsche und Bedürfnisse der Umziehenden? Gibt es Unterschiede zwischen Zuziehenden und innerhalb einer Stadt umziehenden Haushalten?*

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass sich die interviewten Um- und Zuziehenden am meisten Gedanken zur Mobilität gemacht haben.

Anhand der 28 Interviews konnte kein «typischer Entscheidungsprozess» identifiziert werden, wie bei Um- und Zuzügen energierelevante Verhaltensweisen neu aufgenommen oder angepasst werden. Die jeweiligen Entscheidungsprozesse sind stark geprägt von den Rahmenbedingungen der Zu- resp. Umziehenden, insbesondere der Merkmale a) Alter, b) Zu- oder Umzug, c) Umzugsgrund d) Haushaltszusammensetzung und e) dem Wohnungsmarkt. Es konnten jedoch bei allen Interviewpartnern/innen die drei Phasen «Vor dem Wohnungsentscheid», «Vor dem Umzug» und «Nach dem Umzug» unterschieden werden. Entscheidungsprozesse in diesen Phasen können wie folgt beschrieben werden:

- Vor dem Wohnungsentscheid: Die Gründe für den Zu- oder Umzug definieren die Länge der Phase vor dem Wohnungsentscheid, wobei akute Ereignisse wie z.B. eine Trennung zu einer kurzen Wohnungssuche führen. Zu- oder Umzugsgründe bestimmen auch diejenigen Verhaltensweisen, welche am energierelevantesten sind (Wohnfläche und Mobilität), ohne dass der Energieverbrauch bei den entsprechenden Überlegungen ein entscheidendes Kriterium wäre. Ein wichtiger Um- oder Zuzugsgrund ist der Wunsch nach einer zentraleren Wohnlage mit kürzeren Wegen zur Arbeitsstelle, zu sozialen Kontakten etc. Wichtiger Grund sind auch Veränderungen in der Haushaltszusammensetzung mit entsprechendem Einfluss auf die Wohnungswahl. Diese ist ebenfalls nicht durch energetische Überlegungen bestimmt, sondern im Wesentlichen durch den Wohnungsmarkt (Preis, Verfügbarkeit), durch individuelle Rahmenbedingungen und Sachzwänge (z.B. Anzahl Kinder, Nutzungsart, vorhandene Möbel etc.) sowie durch individuelle Komfortpräferenzen (z.B. Geräumigkeit, Lärm, Helligkeit). Sobald eine Wohnung nach diesen Kriterien gefunden wird, fällt die Entscheidung für eine bestimmte Wohnung. Die damit zusammenhängenden Rahmenbedingungen (z.B. ÖV-Erschliessung, Distanzen zu Orten des alltäglichen Lebens, elektrische Grossgeräte) geben die Leitplanken für die noch möglichen Verhaltensalternativen vor.
- Vor dem Umzug: Die Phase zwischen Wohnungsentscheid und Umzug dauerte bei den interviewten Personen in aller Regel zwei oder drei Monate. In dieser Phase werden die energierelevanten Verhaltensweisen im Rahmen der erwähnten Leitplanken und unter Berücksichtigung der individuellen Präferenzen gedanklich durchgespielt.
- Nach dem Umzug: Nach dem Umzug werden die Verhaltensweisen dann so ausgeführt wie sie geplant waren und gegebenenfalls im Rahmen der Möglichkeiten angepasst.

*2b) Welche Informationen oder Angebote zu welchem Zeitpunkt von welchen Akteuren wären für Personen, die einen Zu- oder Umzug planen, im Hinblick auf Verhaltensänderungen hilfreich?*

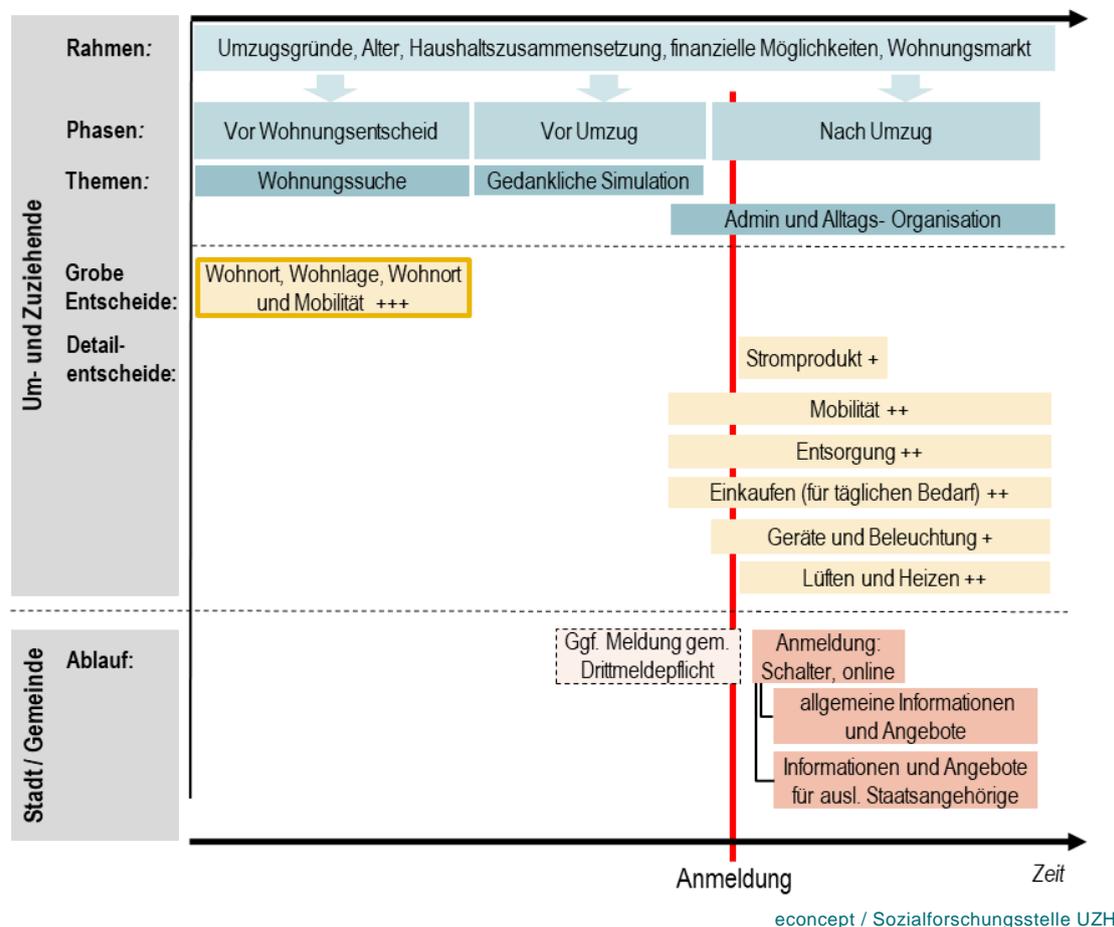
Im Wesentlichen orientieren sich die interviewten Zu- wie Umziehende an online verfügbaren Informationen und an den Meinungen von Bekannten. Die interviewten Personen äuserten denn auch keinen grossen Bedarf bezüglich Informationsmitteln von Seiten der Stadt. Am ehesten wird von den interviewten Personen eine vergleichende Online-Wohnungsplattform zur Wohnungssuche gewünscht. Ebenfalls erwähnt werden bessere Informationen über Genossenschaftsangebote und über spezifische Angebote wie beispielsweise günstigen Wohnraum für Alleinerziehende. Nach dem Um- oder Zuzug würden einige Interviewpartner/innen Gutscheine für lokale Restaurants, Geschäfte und Freizeitangebote, und Informationen zu quartierspezifischen Angeboten wie beispielsweise Gemüseabos, Milchautomaten oder ähnliches schätzen.

*2c) Bei welchen Verhaltensweisen und Gewohnheiten sind Änderungen denkbar? Wie wird das betreffende Energiesparpotenzial eingeschätzt? In welchen Bereichen gibt es Co-Benefits durch Verhaltensänderungen für die Umziehenden (z.B. Zeitersparnis, Aufbau von Netzwerk in der (neuen) Nachbarschaft)?*

Gemäss Interviewaussagen sind Anpassungen von Verhalten und Gewohnheiten in der Mobilität nicht nur denkbar, sondern auch erwünscht und oft ein wichtiger Um- oder Zuzugsgrund. Je nach Ausgestaltung der Mobilitätssituation vor dem Um- oder Zuzug sind die Energiesparpotenziale erheblich (Bsp. Umstieg vom Auto auf den öffentlichen Nahverkehr). Im Normalfall standen bei entsprechenden Überlegungen der interviewten Personen nicht Umwelt- oder Energiefragen im Fokus, sondern sogenannte Co-Benefits wie Zeitersparnis (durch kurze Wege), Flexibilität oder Gesundheit (durch Velonutzung).

Auch bezüglich Wohnfläche sind Verhaltensänderungen denkbar. Auch in diesem Bereich sind erhebliche Einsparpotenziale vorhanden. Es ist allerdings zu beachten, dass die Wohnfläche grundsätzlich stark von individuellen Rahmenbedingungen (z.B. Haushaltszusammensetzung, Zahlungskräftigkeit und -bereitschaft) abhängt. Insbesondere einige ältere Interviewpartner/innen nahmen bewusst geringere Wohnflächen in Kauf, weil sie durch den Zu- oder Umzug näher bei ihren Kindern und Grosskindern wohnen konnten. In diesem Fall entspricht die Nähe zur Familie einem Co-Benefit.

3a) Abgleich zwischen aktuellen Interventionsbeispielen aus Schweizer Städten (FS 1a) und den qualitativen Erkenntnissen (FS 2a-c): Welche Aspekte sind bereits durch die aktuellen Interventionen abgedeckt und wo gibt es Lücken?

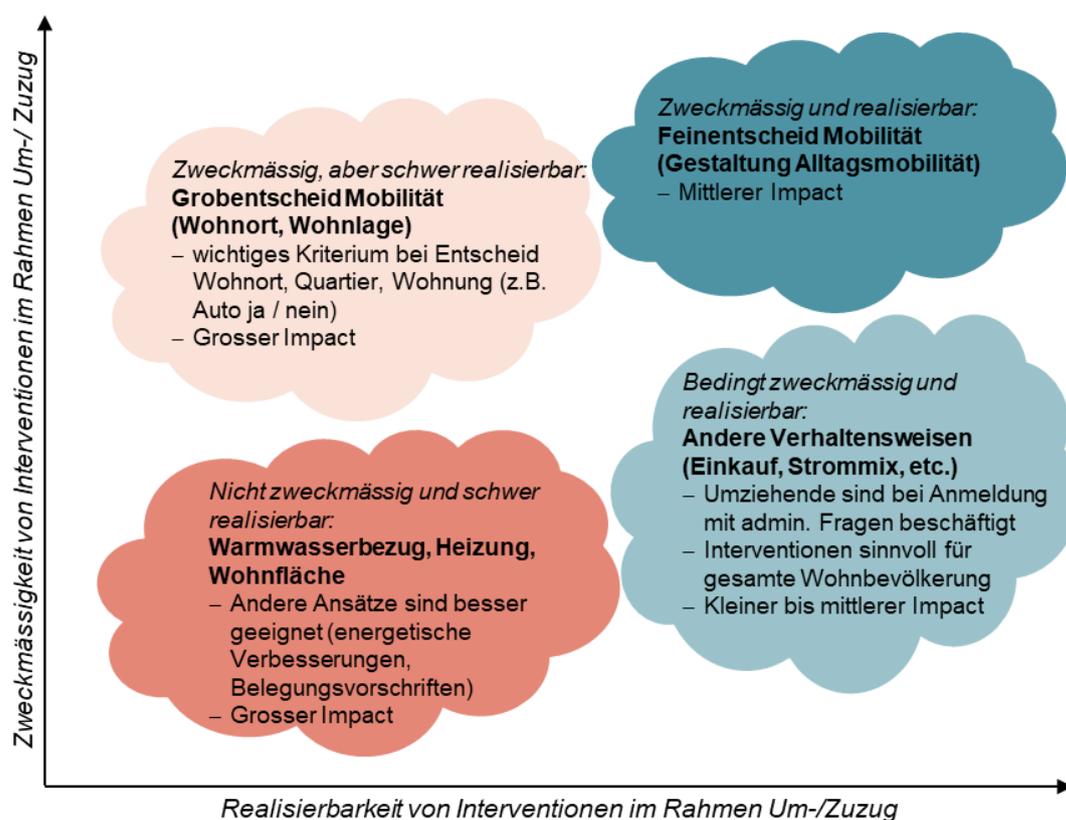


Figur 2: Vereinfachte Gegenüberstellung der Merkmale der Zu- und Umziehende und der Aktivitäten der Städte/Gemeinden. Beschreibung im Lauftext. +++ = energetisch sehr relevant; ++ = mittel relevant; + = wenig relevant. Gelb umrandet sind Entscheidungen, die für die Um- und Zuziehenden besonders wichtig sind.

Figur 2 gleicht die Interventionen aus den Städten und die Erkenntnisse bezüglich Entscheidungsprozessen miteinander ab. Es fallen zwei Aspekte auf:

- Entscheidungen, die a) die Interviewpartner/innen als besonders wichtig beschrieben haben (gelb umrandet in der Figur) und die b) besonders relevant mit Blick auf den Energieverbrauch sind - nämlich Wohnlage (Mobilität) und Wohnung (Wohnfläche, Heizung) – werden vor bzw. mit dem Wohnungsentscheid getroffen. Diese Entscheide fallen unter Umständen eine lange Zeit, bevor eine Anmeldung bei der Stadt oder Gemeinde eintrifft und können folglich nicht mit einer Intervention im Rahmen der Anmeldung beeinflusst werden.
- Die aktuell durchgeführten Interventionen der Stadt Zürich und der anderen analysierten Städte und Gemeinden finden im Rahmen der Anmeldung statt und fallen somit in eine Phase, wo die Zuziehenden stark mit administrativen und organisatorischen Fragen beschäftigt sind.

3b) Wie könnten basierend auf den qualitativen Erkenntnissen bestehende Interventionen verbessert werden? Welche neuen Interventionen wären erfolgsversprechend im Hinblick auf die Reduktion des Energieverbrauchs? Welche Wirkungen dieser Verbesserungen und Neuerungen auf den Energieverbrauch werden erwartet?



econcept / Sozialforschungsstelle UZH

Figur 3: Städtische Interventionen rund um den Zu- oder Umzug aufgeschlüsselt nach Zweckmässigkeit und Realisierbarkeit. Impact = Einfluss auf den Energieverbrauch.

Aus der Energieperspektive sinnvoll und am einfachsten umsetzbar ist die Beeinflussung der Feinjustierung der Mobilitätsorganisation im Alltag (s. Figur 3). Energetisch noch wichtiger wäre die Beeinflussung von Entscheiden zur Wohnungsauswahl und zu Grundsatzentscheiden in der Mobilität. Diese sind jedoch aus den oben ausgeführten Gründen schwierig zu realisieren.

Mit Blick auf die bestehenden und auf neue Interventionen der Stadt Zürich formulieren wir basierend auf den Erkenntnissen aus den Interviews mit Um- und Zuziehenden und mit Vertretern/innen von Städten und Gemeinden die folgenden Empfehlungen:

- Anreicherung des Grüezi-Couverts mit bestehendem Informationsmaterial mit Bezügen zu Energie, Umwelt und Klima: Wir empfehlen der Stadt Zürich, die Inhalte des Grüezi-Couverts mit Blick auf die Themen Umwelt, Klima und Energie zu überprüfen und gezielt mit bestehenden Informationen anzureichern. Diese Informationen können quartierübergreifend oder quartierspezifisch sein (z.B. Karte der Möglichkeiten von Transition Zürich; Hinweise auf Mobility-Parkplätze im Quartier).

- Gezielte Informationen auf Umzugsplattformen: Wir empfehlen der Stadt Zürich, in Ergänzung zum normalen Standortmarketing zu prüfen, Informationen auf Umzugsplattformen (zum Beispiel Homegate) zu schalten, um gezielt Personen anzusprechen, die aktuell in Zürich eine Wohnung suchen. In diesem Rahmen können Botschaften platziert werden, die nicht direkt das Thema Energie thematisieren (weil dies in der aktuellen Umzugsphase für die meisten Umziehenden vermutlich keine Rolle spielt), die aber einen klaren Bezug zum Thema Energie haben (z.B. die gute Erreichbarkeit in Zürich, die Anbindung an den öffentlichen Verkehr, Sharing-Optionen für MIV und Langsamverkehr). So können bei wichtigen Zielgruppen Überlegungen zur zukünftigen Gestaltung der Mobilität und weiterer Bereiche angestossen werden.
- Bedarfsspezifische Information am Kreisbüroschalter im Rahmen der Anmeldung: Wir empfehlen der Stadt Zürich, eine stärkere Ausdifferenzierung der Informationen und Angebote gemäss Bedürfnissen der Zuziehenden. Am Schalter kann gemeinsam mit der Zielperson ein Informationspaket gemäss Bedarf zusammengestellt werden.
- Bedarfsspezifische Information bei der Online-Anmeldung: Wir empfehlen, die bedarfsspezifische Information auch bei der Online-Anmeldung umzusetzen. Diese Option wird bei Umziehenden und Zuziehenden zunehmend relevanter (z.B. durch die zunehmende Möglichkeit, einen Zuzug online über eumzugCH zu melden). Die Zielperson kann bei der Online-Anmeldung verschiedene Informationen zur Alltagsorganisation (z.B. Informationen zur Entsorgung und zum Öffentlichen Verkehr), Angebote, quartier-spezifische und saisonale Informationen ankreuzen und erhält diese dann (z.B. als PDF gebündelt) zusammen mit der Anmeldebestätigung per Email zugeschickt.
- Bedarfsspezifischer Einsatz von Gutscheinen (online und am Schalter): Wir empfehlen der Stadt Zürich, den Zuziehenden Gutscheine zur Verfügung zu stellen, um sie zu animieren, verschiedene Angebote der Stadt Zürich (z.B. öffentlicher Verkehr, Ausleihe PubliBike) auszuprobieren.
- Systematische Wirkungsevaluation der Interventionen: Wir empfehlen der Stadt Zürich, die Interventionen im Rahmen des Zuzugs mit einfachen Mitteln aber systematisch zu evaluieren. Durch eine solche Evaluation kann abgeschätzt werden, wie die Zuziehenden die Interventionen wahrnehmen und nutzen, welche Interventionen das Potenzial haben, kurz-, mittel-, und langfristig Verhaltensänderungen auslösen, und wie bestehende Interventionen verbessert werden können, um noch wirksamer zu werden.

# 1 Einleitung

## 1.1 Ausgangslage

Energierrelevantes Verhalten ist oft Gewohnheitsverhalten, wobei Verhalten und Rahmenbedingungen eng ineinander verzahnt sind: Studien im Bereich Verhalten und Gewohnheiten betonen die Relevanz des Kontextes, in dem ein Verhalten eingebettet ist. Aus diesem Grund stellen «Disruptionen» des Kontextes eine Gelegenheit dar, Gewohnheiten anzupassen. Ein Wohnungswechsel ist ein solcher Moment. Daher scheint die Umzugsphase ein geeignetes Interventionszeitfenster zur Änderung von Gewohnheiten zu sein: Städtische Kampagnen oder Angebote zur Reduktion des Energieverbrauchs könnten innerhalb dieses Fensters potenziell besonders wirksam sein.

## 1.2 Ziel und Forschungsfragen

Ziel dieser Studie ist es, Empfehlungen für städtische Interventionen zur Förderung von ressourcenschonenden Verhaltensweisen und Gewohnheiten nach einem Zu- oder Umzug zu entwickeln. Mit Interventionen sind Aktivitäten von Städten gemeint, welche Änderungen im Verhalten anstossen sollen (z.B. Informationsflyer, Anreize, Plakatkampagnen).

Dafür untersucht die Studie Interventionen in verschiedenen Schweizer Städten und Gemeinden und Entscheidungsprozesse von Personen, die einen Zu- oder Umzug planen oder vor Kurzem umgezogen sind. Aus dem Abgleich von Interventionen und Entscheidungsprozessen leitet die Studie Empfehlungen für städtische Interventionen ab. Die Empfehlungen richten sich an die Stadt Zürich. Sie sind aber auch auf andere Schweizer Städte und Gemeinden übertragbar. Die Studie fokussiert auf die folgenden Forschungsfragen:

Nr.	Forschungsfragen
<i>Recherche und aktuelle Interventionsbeispiele aus Schweizer Städten</i>	
1a	Mit welchen Interventionen (z.B. Angebote, Informationen, Zuzugspakete) richten sich die Stadt Zürich und weitere ausgesuchte Schweizer Städte und Gemeinden an Umziehende bzw. Zuziehende?
1b	Welche Erkenntnisse gibt es in der aktuellen wissenschaftlichen Literatur zu i) Entscheidungsprozessen beim Zu- und Umzug und ii) Interventionen um Verhaltens- und Gewohnheitsänderungen nach Umzügen zu motivieren?
<i>Qualitative Erkenntnisse zu Entscheidungsprozessen beim Zu- und Umzug</i>	
2a	Wie laufen Entscheidungsprozesse beim Zu- und Umzug in der Regel ab? Welche Fragen werden wann im zeitlichen Verlauf anhand welcher Informationsgrundlagen entschieden? Welche Rolle spielen dabei Sachzwänge, Rahmenbedingungen, Wünsche und Bedürfnisse der Umziehenden? Gibt es Unterschiede zwischen Zuziehenden und innerhalb einer Stadt umziehenden Haushalten?
2b	Welche Informationen oder Angebote zu welchem Zeitpunkt von welchen Akteuren wären für Personen, die einen Zu- oder Umzug planen, im Hinblick auf Verhaltensänderungen hilfreich?
2c	Bei welchen Verhaltensweisen und Gewohnheiten sind Änderungen denkbar? Wie wird das betreffende Energiesparpotenzial eingeschätzt? In welchen Bereichen gibt es Co-Benefits durch Verhaltensänderungen für die Umziehenden (z.B. Zeitersparnis, Aufbau von Netzwerk in der (neuen) Nachbarschaft)?

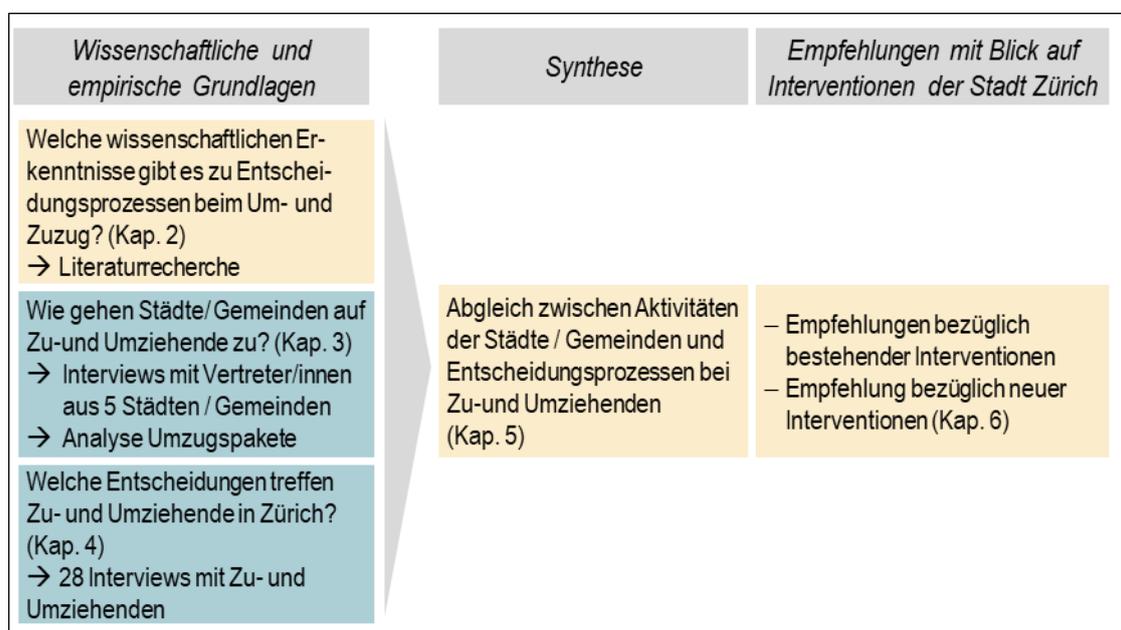
Nr.   Forschungsfragen	
<i>Verbesserungsvorschläge für Interventionen, neue Interventionen zur Reduktion des Energieverbrauchs beim Zu- und Umzug</i>	
3a	Abgleich zwischen aktuellen Interventionsbeispielen aus Schweizer Städten (FS 1a) und den qualitativen Erkenntnissen (FS 2a-c): Welche Aspekte sind bereits durch die aktuellen Interventionen abgedeckt und wo gibt es Lücken?
3b	Wie könnten basierend auf den qualitativen Erkenntnissen bestehende Interventionen verbessert werden? Welche neuen Interventionen wären erfolgsversprechend im Hinblick auf die Reduktion des Energieverbrauchs? Welche Wirkungen dieser Verbesserungen und Neuerungen auf den Energieverbrauch werden erwartet?

Tabelle 2: Forschungsfragen.

### 1.3 Überblick über Vorgehensweise.

Figur 4 gibt einen Überblick über die Vorgehensweise des Projekts. In einem ersten Schritt wurden die wissenschaftlichen Grundlagen aufgearbeitet. Zusätzlich wurden mittels persönlicher und telefonischer Interviews empirische Daten erhoben. Dies diente einerseits dazu, Entscheidungsprozesse bei Um- und Zuziehenden in der Stadt Zürich besser zu verstehen. Andererseits wurde auch analysiert, wie unterschiedliche Schweizer Städte und Gemeinden auf Zu- und Umziehende zugehen. Die jeweils eingesetzten Methoden und Erhebungsinstrumente werden in den entsprechenden Kapiteln genauer erläutert.

In einem nächsten Schritt wurden die Grundlagen synthetisiert. Aus der Synthese wurden in einem letzten Schritt Empfehlungen mit Blick auf bestehende und neue Interventionen der Stadt Zürich entwickelt.



econcept / Sozialforschungsstelle UZH

Figur 4: Vorgehensweise. Blaue Kästen: empirische Arbeiten, gelbe Kästen: konzeptionelle Arbeiten.

## 1.4 Definitionen und Abgrenzungen

Das zu betrachtende «energierelevante Verhalten» wurde auf Basis des Berichts zum EFZ-Projekt FP-1.1 (Jungbluth & Itten, 2012) festgelegt. Es umfasst jene Verhaltensweisen, welche sich aufgrund der folgenden Kriterien als besonders relevant herausstellten:

- Verhaltensweisen die im Rahmen von Zu- und Umzügen automatisch aktuell werden,
- Verhaltensweisen mit grossen Energieeinsparungspotenzialen,
- Verhaltensweisen mit grossen CO<sub>2</sub>-Reduktionspotenzialen.

Es sind dies die folgenden Verhaltensweisen:

- Mobilitätsverhalten (inkl. Lage der Wohnung bzw. des Hauses),
- Wahl des Hauses/der Wohnung (Wohnfläche, Heizungssystem, Alter des Gebäudes, ggf. Stand bezüglich energetischer Sanierung, Energieeffizienz der eingebauten Geräte),
- Wahl des Strommixes,
- Wahl und Nutzung von Elektrogeräten,
- auswärtige Ernährung.

Andere potenziell energieintensive Verhaltensweisen wie z.B. Ernährung zuhause, allgemeiner Konsum von Gütern oder Ferienmobilitätsverhalten (z.B. Ferienflüge) wurden nur betrachtet, sofern sie von den Interviewpartnern/innen explizit erwähnt wurden.

Im Bereich Umzüge verwenden wir die folgenden Begriffsverständnisse:

- Zuzug: Zuzug von Personen von ausserhalb der Stadt Zürich oder aus dem Ausland in die Stadt Zürich resp. analog für andere betrachtete Städte und Gemeinden
- Umzug: Wohnungswechsel innerhalb der Stadt Zürich resp. innerhalb von betrachteten Städten und Gemeinden.

Wegzüge aus Städten und Gemeinden werden in der vorliegenden Studie nicht betrachtet. Interventionen, die sich an fremdsprachige Um- und Zuziehende richten und primär Ziele der Integrationsförderung verfolgen, stehen ebenfalls nicht im Fokus dieser Arbeit.

## 2 Stand der Forschung

Der Stand der Forschung basiert auf einer Literatur- und Quellenanalyse. Berücksichtigt wurde dabei insbesondere die sozialwissenschaftliche Literatur sowie graue Literatur aus angewandten Projekten.

Im ersten Kapitel werden die wichtigsten Theorien zum Thema vorgestellt. Die nachfolgenden Kapitel zeigen auf Basis der Literatur auf,

- ob und welche Entscheidungsphasen und -zeitpunkte unterschieden werden können,

- welche Verhaltensweisen im Rahmen von Umzügen angepasst werden, und welche Faktoren dabei einen Einfluss auf die Entscheidungen haben,
- welche Informationen und Angebote im Rahmen dieser Entscheidungen verwendet werden,
- und schliesslich, welche Wirkungen von Interventionen im Zusammenhang mit Umzügen beobachtet werden konnten.

## 2.1 Theorien

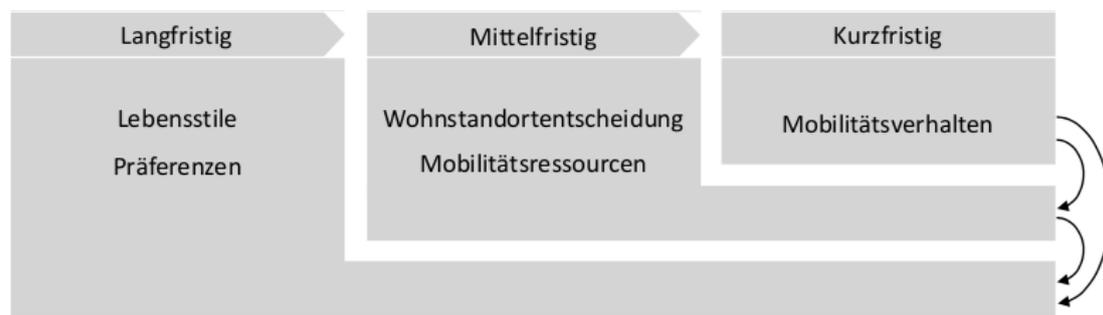
Im Zusammenhang mit Verhaltensänderungen im Rahmen von Zu- und Umzügen existieren im Wesentlichen zwei Theorien, auf welche in der Literatur immer wieder Bezug genommen wird.

- Die «Habit Discontinuity Hypothesis» (Verplanken et al., 2008) basiert auf der Beobachtung, dass ein Verhalten dann zur Gewohnheit wird, wenn in einem stabilen Kontext immer das gleiche Verhalten ausgeführt wird. Solange der Kontext sich nicht ändert, ist die Wahrscheinlichkeit, dass eine Verhaltensentscheidung neu überdacht und geändert wird, äusserst klein (Dahlstrand & Biel, 1997). Wenn sich jedoch der Kontext aus irgendeinem Grund ändert, werden Gewohnheiten, welche mit diesem Kontext verbunden sind, unterbrochen und es beginnt eine Re-Evaluation der Verhaltenswahl (Wood & Neal, 2007). Auf dieser Theorie, welche beispielsweise von Thomas et al. (2016) im Wesentlichen kürzlich wieder bestätigt wurde, basiert das aktuelle Forschungsprojekt.
- Die «Residential Self-selection hypothesis» bezieht sich auf die Verkehrsmittelwahl im Rahmen von Zu- und Umzügen. Nach dieser Theorie wählen Haushalte einen Wohnort aufgrund der zu erwartenden Verkehrsmittelwahl (Bohte et al., 2009). Nicht die Wahl des Wohnorts beeinflusst gemäss dieser Hypothese die Wahl der Verkehrsmittel, sondern umgekehrt.

Während die «Habit Discontinuity Hypothesis» praktisch unbestritten ist, wird die «Residential Self-selection hypothesis» teilweise in Frage gestellt. Einerseits kann sich der Wohnungsmarkt so präsentieren, dass die Menschen keine freie Wahl der Wohnlage mehr haben (Lin et al., 2017). Andererseits wird argumentiert, dass sich der Kontext nach dem Zu- oder Umzug anders präsentieren kann als erwartet. Entsprechend kann die Verkehrsmittelwahl auch nach dem Zu- oder Umzug noch angepasst werden (Jones & Ogilvie, 2012).

Entsprechend diesem Kritikpunkt stellt Jarass (2017) im Zusammenhang mit der Verkehrsmittelwahl ins Zentrum, dass Lebensstile langfristige Entscheide darstellen, in deren Rahmen der Wohnort gewählt wird. Zum Lebensstil gehört unter anderem auch die grundsätzliche Präferenz bestimmter Verkehrsmittel. Die Wahl des Wohnorts wiederum verändert die vorhandenen Mobilitätsressourcen (z.B. Parkplatzverfügbarkeit, ÖV-Angebot etc.). Auf Basis dieser Mobilitätsressourcen werden schliesslich kurzfristig die Verkehrsmittel für be-

stimmte Wege gewählt. Die enge Verknüpfung von Zu- resp. Umzügen und Mobilitätsressourcen wurde auch von anderen Autoren festgestellt (z.B. Müggenburg et al., 2015). Die Logik von Jarass (2017) ist in Figur 5 dargestellt.



Figur 5: Einbettung kurzfristiger Entscheide zum Mobilitätsverhalten in Wohnstandortsentscheidungen und Lebensstile (Jarass, 2017, S. 31).

Obwohl Literatur zu anderen Verhaltensweisen als die Verkehrsmittelwahl weitgehend fehlt, können diese wichtigsten Erkenntnisse im Sinne einer Vermutung auch auf andere Verhaltensweisen ausgedehnt und somit verallgemeinert werden:

- Im Rahmen von Zu- und Umzügen können durch entsprechende Änderung des Kontexts Gewohnheiten, welche in einem Zusammenhang mit diesem Kontext stehen, aufgebrochen werden.
- Verhaltensweisen können auch nach dem Zu- oder Umzug noch angepasst werden, falls sich der Kontext anders präsentiert als erwartet.

## 2.2 Entscheidungsphasen und -zeitpunkte

In der Literatur konnten keine expliziten Modelle gefunden werden, welche unterschiedliche Entscheidungsphasen im Zusammenhang mit Zu- oder Umzügen und energierelevantem Verhalten und entsprechende Entscheidungszeitpunkte definierten. Aufgrund von Hinweisen, welche in der Literatur dazu gemacht werden, scheinen sich jedoch folgende drei Phasen unterscheiden lassen (Statistisches Amt Kanton Basel-Stadt, 2019a; Movu, 2019; DPA, 2018; Jarass, 2017; Verplanken & Roy, 2016; Jones et al., 2012).

- Vor dem Wohnungsentscheid: In dieser Phase wird der Wunsch resp. die Notwendigkeit eines Wohnungswechsels akut und man sucht einen Wohnort und ein Haus oder eine Wohnung (i.F. nur noch Wohnung). Die Kriterien, nach denen der Wohnort und die Wohnung ausgesucht werden, müssen festgelegt werden. Gemäss der «Residential Self-selection hypothesis» können für die Wohnortwahl auch die Präferenzen bzgl. zukünftiger Verhaltensweisen als Kriterien dienen – sofern aufgrund der Marktlage und der persönlichen Rahmenbedingungen überhaupt Wahlfreiheit besteht<sup>4</sup>. Diese Phase kann zwischen einer Woche und mehreren Monaten, in wenigen Fällen auch mehr als

<sup>4</sup> In einer Umfrage der Stadt Winterthur unter Zuziehern/innen und Umziehern/innen nennen bei Mehrfachantwortmöglichkeit rund 30 % der Personen «fehlende Alternativen» als Grund für die Wahl der Wohnung (Stadt Winterthur, 2013).

ein Jahr dauern. Bei Haushalten mit Kindern dauert sie in der Regel länger als bei Haushalten ohne Kinder. Unter Personen, die von ausserhalb in die Stadt Basel gezogen sind, benötigten 57 % der Personen «mehrere Wochen», weitere 31 % «mehrere Monate» und 3 % ein Jahr oder länger (9 % machten keine Angabe; Statistisches Amt Kanton Basel-Stadt, 2019b, S. 20).

- Vor dem Umzug: Diese Phase zwischen dem Wohnungsentscheid und dem Umzug ist gekennzeichnet durch die unmittelbaren Umzugsvorbereitungen (z.B. Formalitäten wie An-/Abmeldung, Organisation des Umzugs) sowie durch das Planen der konkreten Alltagsorganisation (z.B. Wege zur Arbeit, zum Einkaufen, Schule). Diese Planung basiert immer noch auf dem Kontext, welcher vor dem Umzug erwartet wird. Die Dauer dieser Phase ist die kürzeste der drei Phasen, kann zeitlich am klarsten eingegrenzt werden und dauert in der Regel zwischen einem und drei Monaten.
- Nach dem Umzug: In dieser Phase wird die geplante Alltagsorganisation umgesetzt und falls nötig angepasst. Nötig ist eine Anpassung, wenn sich der Kontext anders präsentiert, als dies erwartet wurde, resp. wenn die Verhaltensfolgen anders sind als erwartet. Beispielsweise kann die technische Ausstattung des Haushalts resp. die Bedienung der Haustechnik anders als erwartet sein. Aber auch die Verkehrsmittelwahl kann durchaus noch angepasst werden – allerdings im Rahmen der vorhandenen Mobilitätsressourcen (Jones & Ogilvie, 2012). Die Phase umfasst in der Regel rund zwei bis drei Monate, kann aber durchaus auch deutlich länger dauern.

Diese Aufstellung zeigt erstens, dass die einzelnen Phasen zwar gut bezeichnet werden können, die zeitliche Erstreckung und somit die zeitliche Abgrenzung bleibt aber sehr vage. Zweitens wird klar, dass Entscheide, welche die Leitplanken für das Verhalten (und dabei insbesondere das Mobilitätsverhalten) nach dem Umzug vorgeben, in der Phase vor dem Wohnungsentscheid gefällt werden. Anpassungen innerhalb dieser Leitplanken können durchaus noch nach dem Umzug gefällt werden.

## **2.3 Angepasste Verhaltensweisen und Einflussfaktoren**

Die bisherigen Erläuterungen setzen voraus, dass Verhaltensweisen im Rahmen von Zu- oder Umzügen überhaupt geändert werden. Dass dem mindestens im Mobilitätsbereich so ist, hat eine Vielzahl von Studien aufgezeigt, wobei insbesondere die Veränderung der Mobilitätsressourcen thematisiert wurden (siehe z.B. Muggenburg et al., 2015 oder Mortimer et al., 2003). Im Folgenden wird erläutert, welche Faktoren für welche Verhaltensänderungen entscheidend sind.

### **2.3.1 Faktor Wohnungsmarkt**

Die Wohnort- und Wohnungswahl ist für einige energetisch relevante Verhaltensweisen, z.B. für die genutzte Wohnfläche oder die Art der Wärmeaufbereitung, entscheidend. Zusätzlich geben die Standort- und Wohnungswahl insbesondere für das Mobilitätsverhalten den groben Rahmen vor, innerhalb dessen die Mobilität gestaltet wird.

Aus der sozialwissenschaftlichen Literatur (Fuchte, 2006; Bruns & Manz, 2011; Jones & Ogilvie, 2012, Chatterjee & Scheiner, 2015; Jarass, 2017) geht hervor, dass die Verfügbarkeiten und der Preis die wichtigsten Kriterien für die Wohnort- und Wohnungswahl sind.

### 2.3.2 Mobilitätsrelevante Faktoren

Daneben sind aber auch mobilitätsrelevante Faktoren von grosser Relevanz. So ist beispielsweise die Zentralität der Wohnlage (Distanzen zu Familien und Freunden/innen und zu Einkaufsmöglichkeiten) wichtig, wobei kürzere Distanzen bevorzugt werden (Jones & Ogilvie, 2012). Auch die Bedürfnisse von Kindern sind in diesem Zusammenhang zu nennen, namentlich die Verfügbarkeiten von und Distanzen zu Schulen und Kinderbetreuungsstätten, aber auch zu Spielplätzen, Grünflächen und Freizeitangeboten.

Die Wege zur Arbeit und wie sie bewältigt werden können, sind ebenfalls von Bedeutung und werden nach den Faktoren Distanzen, Schnelligkeit, Zuverlässigkeit der Reisezeit und Komfort beurteilt. Diese Kriterien gelten prinzipiell für motorisierte private und öffentliche Transportmittel genauso wie auch für Velos. Gewisse Autoren und Autorinnen betonen jedoch vor allem den Stellenwert der Merkmale des öffentlichen Verkehrs. Andere wiederum äussern eher das Gegenteil, indem sie feststellten, dass die Merkmale für die Velonutzung und das zu Fuss gehen wichtiger sind.

### 2.3.3 Faktor Gesundheit

Gesundheitsaspekte im Zusammenhang mit der Möglichkeit, die Wege mit dem Velo oder zu Fuss zurückzulegen, scheinen dagegen keine Rolle zu spielen wie aus dem Zitat von Jones und Ogilvie (2012, S. 7) hervorgeht: «The extra physical activity obtained by commuting actively [d.h. mit Velo oder zu Fuss; Anm.d.A.] was not described by any participants as a primary motivating factor to begin active commuting». Allerdings konnte beobachtet werden, dass dieser Faktor genannt wurde, *nachdem* der Zu- oder Umzug vollzogen war und die entsprechenden Personen das Velo nutzten oder zu Fuss gingen. Ebenfalls nicht relevant scheinen Faktoren mit Bezug zum Energieverbrauch, CO<sub>2</sub>-Ausstoss resp. zum Ressourcenverbrauch allgemein zu sein.

### 2.3.4 Weitere Faktoren

Neben der Marktlage und der Mobilität bestimmen auch zusätzliche Faktoren wie beispielsweise die Qualität der Wohnumgebung die Wohnort- und Wohnungsauswahl. Mehrere Autoren und Autorinnen betonen die Komplexität der Interaktion all dieser Faktoren, so dass keine Muster oder Ranglisten nach der Bedeutung von Faktoren erstellt werden können.

Befragungen in der Praxis gehen jedoch trotzdem in diese Richtung. In einer Befragung zum jeweils wichtigsten Zuzugsgrund (nicht Umzüge) nach Basel gab es folgende Ergebnisse: 35% der Befragten geben eine zentrale Lage als wichtigsten Zuzugsgrund an, 25.7% Nähe zum Arbeitsplatz oder kürzere Arbeitswege; 22.3% schöne Wohngegend/attractives Quartier; 19.0% schöne Wohnung; 12.5% günstiger Mietzins (Statistisches Amt Kanton

Basel-Stadt, 2019a). Im Gegensatz zu diesen Ergebnissen sind die Zahlen aus einer Umfrage der Stadt Winterthur nicht auf die Wohnortwahl, sondern direkt auf die Wohnungswahl bezogen: Der Aspekt «Grundriss/Flächenaufteilung» belegt mit 80 % den zweiten Platz der Gründe für die Wahl der aktuellen Wohnung (nach «Helligkeit»; Mehrfachnennungen möglich). Andere Gründe mit Bezug zum Energiebedarf, beispielsweise die Wärmearaufbereitung, der energetische Gebäudestandard oder die Ausstattung von Küche, Bad oder Waschküche, sind nicht aufgeführt (Stadt Winterthur, 2013).

Diese Ergebnisse aus Basel und Winterthur bestätigen die Bedeutung der Mobilität als Kriterium für die Wohnungswahl. Eine zentrale Lage und ein kürzerer Arbeitsweg führen bei Zuzügen in der Regel zu kürzeren Wegen im Alltag und dadurch zu weniger Energieverbrauch für Alltagswege. Auf der anderen Seite kann eine zentrale Lage auch zu einem Mehrverbrauch führen, beispielsweise weil auch die Wege für Restaurantbesuche kürzer werden und durch die kürzeren Distanzen mehr Wege unternommen werden. «Eine schöne Wohnung» (Basel) oder «Qualität» (Winterthur) als Hauptgrund ist weniger spezifisch, könnte sich aber allenfalls auf einen erhöhten Komfort beziehen und deshalb unter Umständen mit eher höherem Energieverbrauch verbunden sein.

Im Gegensatz zur bisher erwähnten Literatur geht aus der Umzugsstudie des schweizerischen Umzugsportals Movu (Movu, 2019) hervor, dass für 36 % der Befragten eine grössere Wohnung und für 12 % eine kleinere Wohnung das wichtigste Kriterium für einen Zu- oder Umzug war. Jobwechsel (11 %) und Zusammenzug mit einem/r Partner/in (10 %) kamen an dritter und vierter Stelle. Dies waren die wichtigsten Zu- oder Umzugsgründe und nicht die Gründe für die Wohnortwahl oder Auswahl der neuen Wohnung.

Zu anderen energierelevanten Verhaltensweisen wie Wahl des Strommixes, Nutzung von Haushalts-Kleingeräten oder Ernährung konnten zwei Studien gefunden werden. Eine Interventionsstudie im Rahmen von Zu- und Umzügen untersuchte neben den Wirkungen der Interventionen auf das Mobilitätsverhalten auch die Wirkung auf die Nutzung von Haushaltsstrom und die Ernährung (vgl. Schäfer et al., 2012; Ergebnisse siehe Kap. 2.5). Aus Befragungen von Personen in Deutschland, welche kürzlich umgezogen waren (DPA, 2018) geht hervor, dass mit einem Zu- oder Umzug in rund 60 % der Fälle auch ein Wechsel des Energieversorgungsunternehmens einhergeht – ohne jedoch zu spezifizieren, inwiefern damit auch ein Wechsel des Strommixes einhergeht. Eine ähnliche Studie aus der Schweiz (Movu, 2019) hat die Häufigkeit von Anbieterwechseln ebenfalls untersucht und kommt bei Wechseln von Anbietern von Telefon, Internet, Versicherungen und Bank auf jeweils rund 10 bis 20 % tiefere Wechselquoten als in Deutschland. Der Wechsel des Stromversorgungsunternehmens ist in der Schweizer Studie jedoch nicht thematisiert.

## 2.4 Informationen und Angebote

Zu den Informationskanälen und Angeboten, welche Umziehende nutzen resp. sich wünschen, sind nur vereinzelt Hinweise in der grauen Literatur zu finden. Vor allem jene Informationskanäle sind von Bedeutung, über welche Wohnungen gesucht werden. In Basel

waren dies im Jahr 2018 nach wie vor in erster Linie Print- und Online-Inserate. 61% der Zuziehenden fanden ihre Wohnung über ein solches Inserat. An zweiter Stelle stehen Freunde/innen und Bekannte. Alle anderen Kanäle wurden von weniger als 10% der befragten Personen angegeben (Statistisches Amt Kanton Basel-Stadt, 2019b).

## 2.5 Wirkungen von Interventionen im Zusammenhang mit Zu- und Umzügen

Studien, welche Interventionen im Zusammenhang mit Zu- und Umzügen mit dem Ziel der Förderung von nachhaltigen Verhaltensweisen untersuchten, sind selten. Beispielsweise fanden Müggenburg et al. (2015) in einer Übersichtsarbeit zum Einfluss von Lebensereignissen auf nachhaltiges Verhalten nur zwei Studien, welche Interventionen und Zu- oder Umzüge kombinierten. Thronicker & Klinger (2019) bestätigen, dass die Evidenz zur Wirksamkeit von Interventionen im Zusammenhang mit Zu- oder Umzügen erstens klein und zweitens nicht einheitlich ist.

In einer anderen Übersichtsarbeit über die Wirksamkeit von Interventionen (ohne Zu- oder Umzüge) zur Reduktion des Autogebrauchs kommen auch Graham-Rowe et al. (2011) erstens zum Schluss, dass es nur sehr wenige Studien gibt, welche methodisch genügend robust waren, um valide Aussagen machen zu können (17 % der untersuchten Studien). Zweitens stellten sie fest, dass die Wirkungen über alles gesehen kleiner sind als erwartet, dass es jedoch vielversprechende Ansätze gibt. Einer dieser Ansätze sei eine Intervention bei Personen, welche kürzlich zu- resp. umgezogen sind (Graham-Rowe et al., 2011).

Diese Aussage basiert im Wesentlichen auf den Ergebnissen der Studie von Bamberg (2006). Bamberg (2006) untersuchte in Stuttgart, ob durch Informationen (Fahrplaninformationen) und Anreize (kostenloses ÖV-Ticket) Personen, welche kürzlich umgezogen waren, zur Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel motiviert werden können. Der Anteil der mit dem Auto zurückgelegten Fahrten sank in der Kontrollgruppe von 50 % auf 45 % (- 5 Prozentpunkte), während er in der Interventionsgruppe von 50 % auf 33 % (- 17 Prozentpunkte) zurückging (Bamberg, 2006).

Nur drei weitere Studien mit methodisch genügendem Design konnten gefunden werden: In einer zu Bamberg (2006) ähnlichen Studie in München vom gleichen Autor unterschieden sich die Anteile der Wege mit öffentlichen Verkehrsmitteln an allen Wegen zwischen der Experimental- und der Kontrollgruppe, jedoch waren die Ergebnisse nicht so deutlich, dass ein zufälliges Ergebnis mit genügend hoher Wahrscheinlichkeit ausgeschlossen werden konnte (Bamberg, 2007).

Dieses Ergebnis konnten jedoch Schäfer et al. (2012) nicht bestätigen. Sie untersuchten die Wirkung von individualisierter Information via Mail sowie von persönlicher Beratung bei Personen mit und Personen ohne kürzlichen Zu- oder Umzug auf die Nachhaltigkeit von elf verschiedenen Verhaltensweisen in den Bereichen Mobilität, Nutzung von Haushaltsstrom und Ernährung. Schäfer et al. (2012) stellten fest, dass persönliche Beratung die Nachhaltigkeit von Verhalten grundsätzlich positiv beeinflussen. Bei Personen *mit* Zu- oder

Umzug wurde jedoch keine grössere Wirkung festgestellt als bei Personen ohne Zu- oder Umzug. Informationen via Mail hatten keine Wirkung.

Schliesslich führten Verplanken & Roy (2016) im Rahmen eines Feldexperiments eine Intervention zur Förderung von nachhaltigem Verhalten mit Personen durch, die kürzlich umgezogen waren. Eine Gruppe mit vergleichbaren Haushalten ohne Zu- oder Umzug diente als Kontrollgruppe. Die Intervention bestand Wesentlichen im Versenden eines «Goodie Bags» (Mehrwegtasche, Ökawaschmittel, Gemüse- und Blumensamen, Busfahrplan, Dusch-Timer, Broschüren, green directory booklet, Stadtnewsletter). Diese Studie stellte eine statistisch signifikante Wirkung bzgl. der Gesamtheit von 25 umweltrelevanten Verhaltensweisen bei der Interventionsgruppe im Vergleich mit der Kontrollgruppe fest – allerdings nur für ein Zeitfenster von 3 Monaten.

Alles in allem muss – in Übereinstimmung mit den eingangs zitierten Thronicker und Klininger (2019) – festgestellt werden, dass trotz gewisser Hinweise die Wirksamkeit von Interventionen im Zusammenhang mit Zu- oder Umzügen zur Steigerung von nachhaltigem Verhalten noch nicht klar nachgewiesen werden konnte.

## 3 Perspektive Städte und Gemeinden

### 3.1 Methode

#### 3.1.1 Analyisierte Gemeinden und Städte

Die nachfolgende Tabelle listet die Interviewpartner/innen der Städte und Gemeinden auf.

Stadt / Gemeinde	Interviewpartner/in und Funktion
Zürich	– Carmela Schürmann, Leiterin Kompetenzzentrum Personenmeldeamt der Stadt Zürich (BVA) – Cristiana Baldauf, Projektleiterin Integrationsförderung (STEZ)
St. Gallen	Maja Bretscher, Öffentlichkeitsarbeit, Umwelt & Energie
Baden	Yvonne Haller, Leiterin Stadtbüro
Wettingen	Walter Allemann, Leiter Einwohnerdienste
Basel	Dieter Hofbauer, Leiter Stabsabteilung, Bevölkerungsdienste und Migration, Bevölkerungsamt

Tabelle 3: Überblick über analysierte Gemeinden und Städte und Interviewpartner/innen

#### 3.1.2 Rekrutierungsstrategien

Die Interviewpartner/innen aus den Städten wurden über verschiedene Kanäle angesprochen und rekrutiert:

- **Aufruf des Verbandes Kommunale Infrastruktur, Fachgruppe Klima & Umwelt:** Am 4. Juni 2019 wurden 24 Gemeindevertreter/innen über den Emailverteiler der Fachgruppe Klima & Umwelt des Schweizerischen Verbandes Kommunale Infrastruktur SVKI kontaktiert und angefragt, ob sie bei der Studie mitmachen möchten.
- **Persönliche Kontakte:** Weiter wurden persönliche Kontakte des Forschungsteams zu Städtevertretern/innen für entsprechende Anfragen genutzt. Die Interviewpartnerinnen der Stadt Zürich wurden über Kontakte der EFZ-Begleitgruppe des Themenbereichs Haushalte angefragt.
- **Webrecherche und Direktkontaktierung:** in Ergänzung zu den oben beschriebenen Kanälen.

### 3.1.3 Leitfaden

Der Interviewleitfaden wurde vorgängig an die Interviewpartner/innen verschickt. Er umfasste die folgenden Aspekte:

- Fragen zu Zuzug und Umzug
- Fragen zu Informationen und Angeboten für Umziehende und Zuziehende
- Fragen zu Wirkungen von Angeboten und Informationen im Rahmen von Zu- und Umzug
- Erfahrungen der Interviewpartner/innen mit den Angeboten und Informationen
- Zusammenarbeit mit anderen Akteuren/innen

Der gesamte Leitfaden ist im Anhang A-3 dokumentiert.

## 3.2 Wichtigste Ergebnisse: Perspektive der Städte und Gemeinden

Die folgenden Kapitel geben einen Überblick, über die wichtigsten Erkenntnisse aus Perspektive der untersuchten Städte und Gemeinden. Im Anhang A-1 findet sich pro Stadt oder Gemeinde eine entsprechende Informationstabelle.

### 3.2.1 Ziele städtischer Interventionen rund um Um- und Zuzug

Alle untersuchten Gemeinden und Städten haben Strategien, wie sie auf Zuziehende zugehen. Ganz allgemein geht es bei diesen Strategien um die folgenden Ziele:

- Vermittlung einer Willkommenskultur in der Stadt bzw. in der Gemeinde
- Vermittlung von Informationen zur Stadt bzw. zur Gemeinde
- Integration von Zuziehenden ausländischer Herkunft.

### 3.2.2 Zielgruppen für Interventionen rund um den Um- und Zuzug

Alle untersuchten Städte und Gemeinden haben die folgenden zwei Zielgruppen im Blick:

- Zuziehende: Der Fokus der untersuchten Städte und Gemeinden liegt stark auf Zuziehenden. Innerhalb der Gemeinde Umziehende werden nicht spezifisch berücksichtigt.

- Zuziehende ausländischer Herkunft: Alle untersuchten Städte und Gemeinden bieten spezifische Dienstleistungen für Zuziehende ausländischer Herkunft an (z.B. Webseiten<sup>5</sup>, Willkommensgespräch in der Muttersprache, Hinweise zu Veranstaltungen und Kursen) teilweise werden Kurskosten für Sprachkurse übernommen.

Zusätzlich finden sich in einigen der untersuchten Städte und Gemeinden die folgenden Zielgruppendifferenzierungen:

- Differenzierung nach Quartier: Zuziehende in unterschiedlichen Quartieren erhalten quartierspezifische Informationen (z.B. Entsorgungskalender, quartierspezifische Angebote und Veranstaltungen).
- Differenzierung gemäss Informationsbedürfnissen der Zuziehenden: Informationen werden gemäss den Bedürfnissen der Zuziehenden zusammengestellt.

Eine weiterführende Differenzierung verschiedener Zielgruppen wird in den untersuchten Städten und Gemeinden nicht vorgenommen.

### 3.2.3 Strategien, wie Städte und Gemeinden auf Zuziehende zugehen

Alle untersuchten Städte und Gemeinden nutzen wenn möglich den persönlichen Kontakt, um Informationen zu vermitteln. Hierbei ist für alle untersuchten Städte und Gemeinden der Kontakt im Rahmen der Anmeldung am Schalter der Gemeinde ein zentrales Moment. Dabei dominiert der Einsatz von Papier (z.B. Flyer, Gutscheine). Zunehmend werden auch elektronische Mittel (z.B. USB-Key, Web-Key) eingesetzt.

Für ausländische Staatsangehörige bieten verschiedene Städte und Gemeinden Willkommensgespräche in der Muttersprache an

Bei Online-Anmeldungen besteht dieser persönliche Kontakt nicht. Teilweise erhalten Zuziehende, die sich online anmelden, Links zu Informationen per Email und die Möglichkeit, Material abzuholen. In Stadt St.Gallen wird die Willkommensmappe per Post zugeschickt. In der Stadt Zürich meldeten sich im Jahr 2018 8% der Zuziehenden per eumzugCH<sup>6</sup> an.

Einige Städte und Gemeinden bieten auch Zuzieher/innenanlässe an, die in unterschiedlicher Frequenz ausgerichtet werden und in unterschiedlicher Art und Weise ausgestaltet werden, teilweise auch in Zusammenarbeit mit Quartiervereinen.

### 3.2.4 Interventionen der Städte und Gemeinden mit Bezug zu Energie, Mobilität, Umwelt und Klima

#### *Entsorgung*

Alle untersuchten Willkommenspakete enthalten Informationen zur Entsorgung von Abfällen und Wertstoffen. Dies sind beispielsweise Entsorgungsleitfäden und Entsorgungska-

<sup>5</sup> Teilweise auch im Rahmen kantonaler Initiativen, wie z.B. Hallo Aargau <https://www.hallo-aargau.ch/> [Stand URL: 24.10.2019]

<sup>6</sup> <https://www.eumzug.swiss/eumzug> [Stand URL: 07.01.2020]

lender. Gemäss Interviewaussagen besteht bei Zuziehenden im Allgemeinen – insbesondere auch bei Zuziehenden aus dem Ausland – ein grosses Interesse an diesen Informationen, da Entsorgung lokal jeweils unterschiedlich funktioniert.

#### *Lokale Mobilität*

Ebenfalls enthalten alle untersuchten Willkommenspakete Informationen zum öffentlichen Nahverkehr, beispielsweise Informationen über Tarife, Fahr- und Netzpläne. Einige Städte informieren auch über weitere Mobilitätsangebote (z.B. im Bereich Fuss- und Veloverkehr, Information über Wanderwege, Parkplatzangebote).

#### *Weitere Interventionen mit Bezügen zu Energie und Umwelt*

In Abhängigkeit der Distanz von Kernkraftwerken geben Städte und Gemeinden gegebenenfalls bei der Anmeldung Bezugsscheine für Kaliumiodidtabletten an die Zuziehenden ab.

Bei der Online-Anmeldung bei ewz<sup>7</sup> können sich Kunden/innen auch für ein Stromprodukt entscheiden. Es stehen drei Produkte zur Verfügung (ewz.pronatur, ewz.natur, ewz.econatur), die kurz beschrieben sind. Bei jedem Produkt sind die Preise pro kWh für Hoch- und Niedertarif angegeben. Das Produkt ewz.pronatur (100% naturemade star-zertifizierter Strom) ist dabei vorausgewählt und wird von ewz explizit empfohlen. Die Kunden/innen können auch ein anderes Produkt wählen.

Die Stadt St.Gallen bietet interessierten Zuziehenden saisonale Informationen (z.B. zum Grillen und Gärtnern im Hochbeet), sowie Gutscheine für eine Solartaschenlampe und Blumenwiesen-Samen. Die Gemeinde Wettingen gibt ein Informations- und Gutschein-Paket an Zuziehende ab, um über das lokale Gewerbe zu informieren. Ausserdem können Zuziehende vergünstigt Dienstleistungen und Produkte bei lokalem Gewerbe beziehen (z.B. Veloservice, Energieberatung). Die Stadt Basel gibt an Zuziehende ebenfalls eine umfangreiche Broschüre mit einer Vielzahl an Gutscheinen und Reduktionsbons in den Bereichen Freizeit, Mobilität und Alltag ab.

Wichtige energierelevante Themen wie beispielsweise die Wohnungsfläche, das Heizen oder die Ernährung werden in den Materialien nicht thematisiert. Sensibilisierungsmassnahmen, wie beispielsweise Energiespartipps oder Überzeugungsbotschaften finden sich ebenfalls nicht.

### **3.2.5 Wirkungsweise der Interventionen**

Die untersuchten Städte und Gemeinden nutzen unterschiedliche Strategien, von reiner Information, zu zugeschnittener Information gemäss den Bedürfnissen der Zuziehenden bis hin zu Anreizen (z.B. Gutscheine).

Einige Städte nutzen auch einen Mix aus verschiedenen Strategien, z.B. Information (Informationsflyer) und Anreize (Gutscheine oder Tickets), welche die Zuzuziehenden dazu

---

<sup>7</sup> <https://www.ewz.ch/de/mein-ewz/services/umzug.html> [Stand URL: 07.01.2020]

animieren sollen, verschiedene Angebote, z.B. öffentliche Verkehrsmittel oder Sportangebote direkt auszuprobieren.

ewz nutzt eine Nudging-Strategie, indem sie auf dem Umzugsportal bei den Stromprodukten bereits eine Vorauswahl für ein ökologisches Stromprodukt trifft.

Interessant sind die Städte Baden und Basel, wo die Zuziehenden am Schalter ein für Sie zugeschnittenes Informationspaket erhalten. Dabei werden im Rahmen eines kurzen Gesprächs gemeinsam mit dem/der Mitarbeiter/in am Schalter Informationsflyer gemäss den Interessen der Zuziehenden zusammengestellt.

Ein interessantes Beispiel ist auch die Stadt St.Gallen: Hier erhalten Zuziehende am Schalter bei der Anmeldung ein umfassendes Paket mit 20 unterschiedlichen Gutscheinen (z. B. Gutschein für einen Gebührensack, Gutschein für ein Matchticket des FC St.Gallen, Gutschein für eine Mitgliedschaft bei der Bibliothek für 3 Monate, Gutschein für einen Museumseintritt, Gutschein für eine Olma-Bratwurst). Umwelt & Energie der Stadt St.Gallen bietet einen eigenen Gutschein an für ein Willkommensgeschenk, welches beim Kunden/innenzentrum für Energie- und Umweltfragen bezogen werden kann. Die Gutscheine sollen die Zuziehenden dazu animieren, verschiedene Stellen zu besuchen, mit diesen im Rahmen der Gutscheinabgabe in Kontakt zu kommen und Angebote auszuprobieren. Diese Idee der Wirkungsweise liegt auch der Gutschein-Broschüre in Basel zugrunde.

### **3.2.6 Erfahrungen bezüglich der Wirkung der Interventionen**

Keine der untersuchten Städte und Gemeinden evaluiert die gemachten Erfahrungen mit den Informationen und Angeboten auf systematische Art und Weise.

Aus ihrer persönlichen Erfahrung aus Gesprächen mit Zuzieher/innen berichten die Interviewteilnehmer/innen, dass viele die Informationen und Angebote (besonders Gutscheine und niederschwellige Angebote) schätzen und als grosszügige, willkommene Geste empfinden würden. Auch Angebote und Informationen für ausländische Staatsangehörige würden bei den Zielgruppen geschätzt und rege genutzt.

Viele der Interviewpartner/innen betonen gleichzeitig aus ihrer eigenen Erfahrung, dass der persönliche Kontakt im Rahmen der Anmeldung am Schalter wertvoll sei, weil eine face-to-face-Interaktion stattfinden könne. Gleichzeitig sei die Anmeldung ein administrativer Prozess, im Rahmen dessen die Zuziehenden viele Informationen über Abläufe und Angebot in der neuen Wohngemeinde erhalten würden. Entsprechend begrenzt seien die Kapazitäten sowohl bei den Schaltern als auch bei den Zuziehende für zusätzliche Informationen aus den Bereichen Umwelt und Energie.

Einige Interviewpartner/innen bemerkten auch, dass der Streuverlust der Informationen vermutlich erheblich sei. Viele Zuziehende seien zum Zeitpunkt des Zuzugs mit administrativen und organisatorischen Themen beschäftigt, entsprechend sei der Zeitpunkt der Anmeldung oft zu früh für Informationen im Bereich Umwelt und Energie.

### 3.2.7 Herausforderungen aus Sicht der Städte und Gemeinden

Eine Herausforderung sehen viele der untersuchten Städte und Gemeinden im Timing der Informationsvermittlung: Bei der Anmeldung stehe ein administrativer Prozess in Vordergrund, bei dem viele verschiedene Fragen geklärt werden müssen. Die Anmeldung am Schalter sei zwar eine einmalige Gelegenheit, in Kontakt zu treten. Gleichzeitig bestehe ein Risiko, dass viele Informationen gar nicht gelesen würden, weil für die Zuziehenden im Moment andere Themen als beispielsweise Energie und Umwelt im Fokus ständen.

Weiter stellen sich einige der untersuchten Städte und Gemeinden die Frage, ob es Sinn macht, spezifischer auf verschiedene Bedürfnisse zugeschnittene Informationspakete abzugeben. Dies betrifft nicht nur den Themenbereich Energie, Klima Umwelt, sondern auch andere Themen. Diese bedarfspezifische Ansprache könnte dazu führen, dass Zuziehenden das Informationspaket als relevant für sich persönlich erachten, und infolgedessen der Streuverlust verkleinert wird. Zudem könnte so der Papierverbrauch etwas verringert werden.

Zuletzt stellt sich für viele der untersuchten Städte und Gemeinden die Frage, wie damit umgegangen werden soll, dass Anmeldungen vermehrt online stattfinden (z.B. über den e-umzug.ch), und wie in diesem Fall – wo der persönliche Schalter-Kontakt nicht stattfindet – die Zuziehenden erreicht werden können.

## 4 Perspektive Umziehende

### 4.1 Methode

#### 4.1.1 Rekrutierungsstrategien

Es wurden folgende vier Rekrutierungskanäle verwendet:

- Spezifisch auf die Region Zürich bezogenes Online-Inserat auf ronorp.ch
- Gestaffeltes Anschreiben an Personen, welche im sogenannten Probandenserver der Universität Zürich eingetragen sind.
- Online-Inserat auf <https://www.zuerichfamilie.ch/>
- Persönliche Kontakte

Um als Interviewpartner/in in Frage zu kommen, mussten die Personen einen Zuzug in die Stadt Zürich oder einen Umzug innerhalb der Stadt Zürich geplant oder durchgeführt haben. Dabei wurden 3 Umzugsphasen unterschieden:

- Vor Wohnungsentscheid: Personen, welche einen Umzug geplant, aber noch keine Wohnung gefunden hatten.
- Vor Umzug: Personen, welche einen neuen Mietvertrag unterschrieben hatten, aber noch nicht umgezogen waren.
- Nach Umzug: Personen, welche kürzlich umgezogen waren.

Das Rekrutierungsprozedere erfolgte über eine 5-minütige Online-Befragung, mittels welcher die Personen auf Erfüllung der Kriterien geprüft wurden. Bei der Rekrutierung wurde zusätzlich auf eine Verteilung der Personen auf verschiedenen Ausprägungen des Haushaltstyps, des Geschlechts, des Alters und der Ausbildung (akademisch versus nicht akademisch) geachtet. Den Personen wurde als Anreiz eine Pauschale von CHF 50.- angeboten.

#### 4.1.2 Stichprobenbeschreibung

Insgesamt wurden 28 Personen interviewt (vgl. Tabelle 4). Die Verteilungen auf die oben genannten Merkmale sind wie folgt:

- Umzugsphase: 12 Personen befanden sich in der Phase «Vor Wohnungsentscheid», 6 in der Phase «Vor Umzug» und 10 in der Phase «Nach Umzug».
- Haushaltstyp: 5 Personen wohnten vor dem Umzug noch bei den Eltern, 6 Personen lebten in Single-Haushalten, 11 Personen in Mehrpersonen-Haushalten ohne Kinder, 6 Personen in Haushalten mit Kindern.
- Geschlecht: Interviewt wurden 9 Männer und 19 Frauen.
- Ausbildung: 15 Interviews mit Personen mit akademischem Hintergrund, 13 mit anderem Bildungshintergrund. Diese Anteile entsprechen ziemlich genau demjenigen der Gesamtbevölkerung der Stadt Zürich im Jahr 2017<sup>8</sup>
- Alter: Die Altersspanne reichte von 22 bis 71 Jahren, die Standardabweichung lag bei 14 Jahren. Der Median liegt bei 37.5 Jahren, was ziemlich genau dem Altersmedian der Stadtzürcher Bevölkerung im Jahr 2018 entspricht<sup>9</sup>).

Haushaltstyp	Umzugsphase			Total
	vor Wohnungsentscheid	vor Umzug	nach Umzug	
Bei den Eltern	- Frau 1992 akad. - Mann 1993 nicht-akad. - Frau 1997 nicht-akad.		- Frau 1994 akad. - Frau 1996 nicht-akad.	5
Single-Haushalt	- Mann 1959 akad. - Mann 1972 nicht-akad. - Mann 1979 nicht-akad.	- Mann 1966 akad.	- Frau 1953 nicht-akad. - Frau 1990 akad.	6
Haushalt ohne Kinder	- Frau 1961 nicht-akad. - Frau 1980 nicht-akad. - Frau 1995 akad.	- Frau 1979 akad. - Mann 1983 nicht-akad. - Frau 1986 akad. - Frau 1992 akad.	- Mann 1948 nicht-akad. - Frau 1987 akad. - Frau 1990 akad. - Frau 1994 akad.	11
Haushalt mit Kindern	- Frau 1968 nicht-akad. - Frau 1975 akad. - Mann 1982 nicht-akad.	- Frau 1963 akad.	- Mann 1970 nicht-akad. - Frau 1981 akad.	6
Total	12	6	10	28

Tabelle 4: Stichprobe: Geschlecht, Jahrgang, Bildungshintergrund nach drei Umzugsphasen und vier Haushaltstypen.

<sup>8</sup> <https://www.stadt-zuerich.ch/prd/de/index/gleichstellung/indikatoren/bildung/bildungsstand.html> [Stand URL: 15.08.2019]

<sup>9</sup> <https://www.stadt-zuerich.ch/prd/de/index/statistik/themen/bevoelkerung/alter-geschlecht/medianalter.html> [Stand URL: 15.08.2019]

### 4.1.3 Durchführung und Auswertung

Die Interviews wurden im Juni 2019 mittels Leitfaden (vgl. Anhang A-4) telefonisch oder persönlich durchgeführt. Die Auswertung erfolgt mittels der aufgezeichneten Interviews und unter Verwendung eines Auswertungsrasters.

## 4.2 Wichtigste Zu- und Umzugsgründe

Die Interviews zeigten, dass die Zu- resp. Umzugsgründe sehr vielfältig sind und selten nur ein wichtigster Hauptgrund besteht. Oft gibt es jedoch einen Grund, welcher letztlich der unmittelbare Anlass war, eine neue Wohnung zu suchen.

### 4.2.1 Änderung der Haushaltszusammensetzung

Einer der wichtigeren Gründe für einen Zu- oder Umzug war eine Änderung der Zusammensetzung des Haushalts, wodurch die Wohnung zu klein oder zu gross wurde. Dies kann beispielsweise bei älteren Personen sein, deren Kinder nicht mehr zu Hause wohnen, bei Personen, deren Kinder älter werden und getrennte Zimmer haben sollen, bei Familienzuwachsenern oder bei einem Paar, welches sich dazu entschlossen hat, zusammenzuziehen.

Während die genannten Beispiele eine über die Zeit reife Entscheidung reflektieren, gibt es auch Beispiele von Personen, bei welchen eine private Beziehungsänderung zu einer mehr oder weniger plötzlichen Änderung der Haushaltszusammensetzung zur Folge hatte: Trennungen, Scheidungen, der Wunsch nach einem «Tapetenwechsel» können Anlass für einen Zu- oder Umzug sein. Auf der anderen Seite gibt es auch Fälle, bei denen ein bestimmtes Ereignis – z.B. eine Verlobung oder eine Hochzeit – ein unmittelbarer Anlass für einen Zu- oder Umzug war.

### 4.2.2 Zentralität

Ein weiterer wichtiger Komplex von Zu- resp. Umzugsgründen kann mit dem Stichwort «Zentralität» zusammengefasst werden. Damit ist generell die Realisierung von kürzeren Wegen gemeint. Dies kann der Wunsch nach kürzeren Arbeitswegen sein, was tendenziell eher bei Personen in Single-Haushalten zu beobachten ist, resp. bei Personen, welche vor dem Zu- resp. Umzug noch bei den Eltern gewohnt haben.

Ebenfalls eher bei jüngeren Personen wird die Nähe zu Kollegen/innen und Freunden/innen oder zum sozialen Netzwerk als Gesamtes als ein wichtiger Zu- resp. Umzugsgrund genannt.

Bei anderen Personen ging es dagegen eher um die Nähe zur Familie. Konkret war dies – in Kombination mit einer zu grossen Wohnung – bei zwei pensionierten Personen der Fall, welche in die Nähe ihrer Kinder zogen, um die Grosskinder mit weniger Aufwand betreuen zu können und um in Bedarfsfällen näher bei den eigenen Kindern zu wohnen.

### 4.2.3 Weitere Gründe

Einzelne Personen gaben negativ bewertete Merkmale der alten Wohnung wie Preis, Zugänglichkeit, Lärmbelastung, zu wenig Privatsphäre oder Komfort oder eine Kombination davon als wichtigen Zu- resp. Umzugsgrund an.

Vereinzelt wurden auch andere Gründe, beispielsweise die Trennung von Privatem und Geschäftlichem bei einem Selbstständigerwerbenden oder der Abriss eines Hauses genannt.

## 4.3 Phasen und Entscheidungen

### 4.3.1 Phasen

Grundsätzlich bestätigen die Interviews die aus der Literatur bekannten Phasen (vgl. Kap. 2.2). Die Phasen können durch die definierten Punkte «Vertragsunterschrift» und «Umzug» gut in die in Kapitel 2.2 eingeführten Phasen «Vor dem Wohnungsentscheid», «Vor dem Umzug» und «Nach dem Umzug» unterschieden werden.

Die Interviews bestätigen ebenfalls die Dauer der jeweiligen Phase, wobei die Bandbreite etwas kleiner ist als die in Kapitel 2.2 erwähnten Zeitdauern. Die Phase «Vor dem Wohnungsentscheid» dauert zwischen einem Monat und einem Jahr und damit am längsten. Kurz ist diese Phase dann, wenn ein akutes Ereignis wie beispielsweise eine Trennung oder eine Wohnungskündigung auftreten.

Die Phase vor dem Zu- resp. Umzug dauerte bei den interviewten Personen zwei bis drei Monate, was ziemlich genau den Ergebnissen aus der Literaturanalyse entspricht. Bei der Phase «Nach dem Umzug» hatten die interviewten Personen Mühe eine klare Zeitperiode zu nennen, weil dies «ein schleicher Prozess» sei. Generell kann jedoch ausgesagt werden, dass die Phase in der Regel länger dauert als die Phase «Vor dem Umzug», aber kaum länger als ein halbes Jahr.

### 4.3.2 Zeitliche Staffelung von Verhaltensentscheidungen

Naturgemäss werden die Art der Wohnung und deren Ausstattung, welche energierelevante Verhaltensweisen beeinflussen (genutzte Wohnfläche, genutztes Heizungssystem, genutzte elektrische Grossgeräte etc.), in der Phase «Vor dem Wohnungsentscheid» gefällt.

Im Einklang mit den Ergebnissen der Literaturanalyse und dabei insbesondere mit dem Modell von Jarass (2017; siehe Figur 5) werden in dieser Phase im Rahmen der Standortwahl aber auch grundlegende mobilitätsrelevante Entscheidungen wie beispielsweise die Länge der Distanzen zu Orten des alltäglichen Lebens oder der Besitz eines Autos getroffen. Einschränkend muss gesagt werden, dass viele der interviewten Personen schon vor dem Zu- resp. Umzug kein Auto besessen haben – unabhängig davon, ob sie von ausserhalb in die Stadt Zürich gezogen oder innerhalb der Stadt Zürich umgezogen sind. Ein

Entscheid, nach dem Zu- resp. Umzug auf das Auto zu verzichten, konnte insofern gar nicht gefällt werden. Der Entscheid, auf ein Auto zu verzichten, konnte bei den interviewten Personen nur bestätigt werden. Zu anderen energierelevanten Verhaltensweisen (Strommix, Nutzung Elektrogeräte, Ernährung) machten sich die interviewten Personen in dieser Phase keine Gedanken.

Nach dem Wohnungsentscheid, d.h. in der Phase «Vor dem Umzug» werden diese grundlegenden Entscheide angesichts der konkreten Rahmenbedingungen (z.B. Autobesitz, Sharing-Angebote, Velobesitz, Distanzen, ÖV-Angebot) in der Vorstellung konkretisiert. Einzelne Personen stellten sich in dieser Phase auch vor, wie sie ihren Alltag mit Bezug zu anderen energierelevanten Verhaltensweisen gestalten wollen. Bezüglich der Ernährung überlegten sich einige Personen ganz konkret, wo sie einkaufen werden. Ein Grossteil der interviewten Personen gingen allerdings davon aus, dass die Erreichbarkeit von Einkaufsmöglichkeiten im städtischen Raum gegeben sei. Gedanken zur Mobilitätsorganisation stehen jedoch ganz klar im Zentrum.

In der Phase «Nach dem Umzug» sind sich die interviewten Personen keinen neuerlichen Entscheidungen bzgl. energierelevanter Verhaltensweisen bewusst. Auf Nachfrage hin, wird aber vereinzelt angegeben, dass gewisse Adaptionen – beispielsweise im Bereich Mobilität oder Ernährung – vorkommen können. In der Mobilität gab es beispielsweise Fälle, wo Personen am neuen Wohnort ihr Generalabonnement während einiger Monate behalten wollten um später zum Zeitpunkt des Erneuerungsentscheids abzuwägen, ob sie es nach wie vor benötigen. Ein anderes Beispiel ist, dass ein Auto noch gefahren wird solange es funktionstüchtig bleibt und danach kein eigenes Auto mehr angeschafft wird. Eine Änderung der Wahl des Strommixes, welche gegebenenfalls zwingend erst nach dem Einzug vorgenommen wird, wurde weder spontan noch auf Nachfrage hin berichtet resp. bestätigt.

## **4.4 Einflussfaktoren auf Verhaltensentscheidungen**

### **4.4.1 Wahl der Wohnlage und Mobilitätsentscheidungen**

Die Entscheidung für eine spezifische Wohnlage und Mobilitätsentscheidungen hängen eng zusammen, weshalb sie auch zusammen betrachtet werden.

Wie im Abschnitt zu den Zu- und Umzugsgründen erwähnt, sind die Zentralität und die damit verbundenen kurzen Wege für die interviewten Zuzieher/innen die wichtigsten Gründe für die Wahl von Zürich als Wohnort. Damit verbunden sind neben dem Zeitgewinn vor allem Präferenzen für bestimmte Verkehrsmittel. Diese Präferenzen basieren hauptsächlich auf Überlegungen zur Schnelligkeit und Flexibilität oder Gesundheit und erst an zweiter Stelle auf energiebezogenen Überlegungen. Hinter dem Wunsch, das Auto nicht benützen zu müssen, steht das Umweltargument und hinter dem Wunsch, das Velo benützen zu können, stehen Überlegungen zur Gesundheit. Während das Umweltargument nur vereinzelt spontan genannt wird, erwähnte rund ein Drittel der Personen Gesundheitsaspekte im Zusammenhang mit der Velonutzung.

Abgesehen von der Velonutzung steht auch die Nutzung des ÖV in der Gunst der interviewten Personen. Eine gute Erschliessung mit den öffentlichen Verkehrsmitteln ist nicht nur eine mobilitätsbezogene Präferenz, sondern dient auch als Indikator für nahe gelegene Einkaufsmöglichkeiten, Kulturangebote und soziale Kontakte. Aus Umweltsicht handelt es sich hierbei um Co-Benefits eines Zuzugs in die Stadt Zürich. Aus Sicht der einzelnen Personen können dies jedoch durchaus auch Haupt-Benefits sein.

#### 4.4.2 Wahl der Wohnung

Grundvoraussetzungen für die Wahl einer Wohnung sind die Verfügbarkeit und ein bezahlbarer Preis. Besteht aufgrund dieser Kriterien immer noch eine Auswahl, sind Fläche, Anzahl Zimmer, Grundriss, Helligkeit und die Ausstattung mit Grossgeräten für das Kochen und Waschen von Bedeutung. Ausser dem Grundriss und der Helligkeit sind alle diese Faktoren auch hinsichtlich des Energieverbrauchs relevant. Der Energieverbrauch ist jedoch in aller Regel nicht dasjenige Kriterium, welches bestimmt, wie viel Fläche oder wie viele Zimmer eine Wohnung haben muss resp. mit welchen Grossgeräten eine Wohnung ausgestaltet werden soll. Vielmehr beeinflussen Rahmenbedingungen und Sachzwänge (z.B. Anzahl Kinder, Anzahl Personen, Nutzungsart, vorhandene Möbel etc.) sowie individuelle Komfortpräferenzen (z.B. Geräumigkeit) die gewünschten Ausprägungen.

Andere energierelevante Faktoren wie beispielsweise die Art der Wärmeaufbereitung oder ein Minergie-Standard werden von den Befragten spontan nicht erwähnt. Auf Nachfrage hin zeigt sich, dass solche Kriterien als nice-to-have-Kriterien bezeichnet werden können, welche allenfalls ins Spiel kommen, wenn alle anderen Bedingungen erfüllt sind und sie die finanziellen Rahmen nicht strapazieren.

#### 4.4.3 Elektrische Geräte, Ernährung, Strommix

Bezüglich der weiteren energierelevanten Verhaltensweisen in den Bereichen elektronische Geräte, Ernährung und Strommix sind grundsätzlich die bei Verhaltensentscheidungen üblichen Kriterien wie Aufwand, Preis, Komfort etc. relevant. Spontan werden diese Verhaltensweisen von den interviewten Personen aber kaum thematisiert.

Auf Nachfrage hin zeigt sich, dass Überlegungen zum Gerätekauf und -nutzung in erster Linie von funktionalen Überlegungen und Komfortansprüchen geprägt sind. Sofern beim Gerätekauf aufgrund dieser Kriterien mehrere Geräte zur Auswahl stehen, kann die Energieetikette eine Rolle spielen.

Bei der Ernährung ist zu beobachten, dass Klimaüberlegungen eine Rolle spielen können, wobei dies in keinem Zusammenhang mit dem Zu- oder Umzug steht. Die Tatsache, dass die meisten Zuzieher/innen nach dem Wohnungswechsel kürzere Wege zur Arbeit haben, führt in aller Regel nicht dazu, dass öfter zuhause Mittag gegessen wird.

Beim Strommix schliesslich sind verhaltensökonomische Effekte erkennbar (Default-Effekt resp. Status Quo Bias<sup>10</sup>).

---

<sup>10</sup> Die Tendenz von Menschen, an bestehendem festzuhalten (siehe Beckenbach & Kahlenborn, 2016)

## 4.5 Informationen und Angebote

### 4.5.1 Genutzte Informationskanäle und Angebote

In der Phase vor der Wohnungssuche dominiert bei den interviewten Personen, welche in die Stadt Zürich ziehen, die Nutzung von Online-Wohnungsplattformen und von persönlichen Kontakten. Persönliche Kontakte sind insbesondere für die Information über allfällige zukünftige Wohngegenden von Bedeutung. Andere Informationskanäle werden praktisch nicht erwähnt.

Im Gegensatz zu Zuziehenden haben Personen, welche innerhalb der Stadt Zürich umziehen, kaum Informationsbedarf zu einer neuen Wohngegend. Für die Wohnungssuche nutzen sie die gleichen Informationsquellen wie die Zuziehenden, wobei persönliche Kontakte noch wichtiger sind.

In der Phase vor dem Zu- resp. Umzug recherchierten die interviewten Personen Informationen zu Umzugs- und Reinigungsfirmen sowie zur praktischen Organisation des Umzugs (z.B. Checklisten, Zeitabläufe). Die Recherche erfolgt online über Suchanfragen oder über Umzugsportale, welche gleichzeitig oft auch Portale für die Wohnungssuche sind.

In diesen zwei Phasen wird die Stadt Zürich als Informationsquelle (z.B. Webseiten) von den interviewten Personen kaum erwähnt.

In der Phase nach dem Umzug schätzen zuziehende Personen Informationen von der Stadt oder vom Quartier. Gleichzeitig ist aber festzustellen, dass sich von den interviewten Zuziehenden, welche schon umgezogen waren, kaum jemand an die Willkommensunterlagen der Stadt Zürich erinnerten. Möglicherweise hat dies mit der Möglichkeit von Online-Anmeldungen zu tun, welche von diesen Personen gemäss ihren Aussagen geschätzt und genutzt wurden.

### 4.5.2 Gewünschte Informationen und Angebote

Gefragt nach ihren diesbezüglichen Bedürfnissen zeigt sich, dass die interviewten Personen keinen grossen Bedarf bezüglich Interventionsmittel von Seiten der Stadt haben.

Am ehesten wird von den interviewten Personen eine vergleichende Online-Wohnungsplattform zur Wohnungssuche gewünscht. Zweck einer solchen wäre die Vermeidung einer Suche über verschiedene Plattformen und ein direkter Vergleich von Wohnungen bezüglich Ausstattung, Lage und Preise. Ebenfalls erwähnt werden bessere und kompaktere Informationen über Genossenschaftsangebote und spezifische Wünsche wie beispielsweise günstiger Wohnraum für Alleinerziehende.

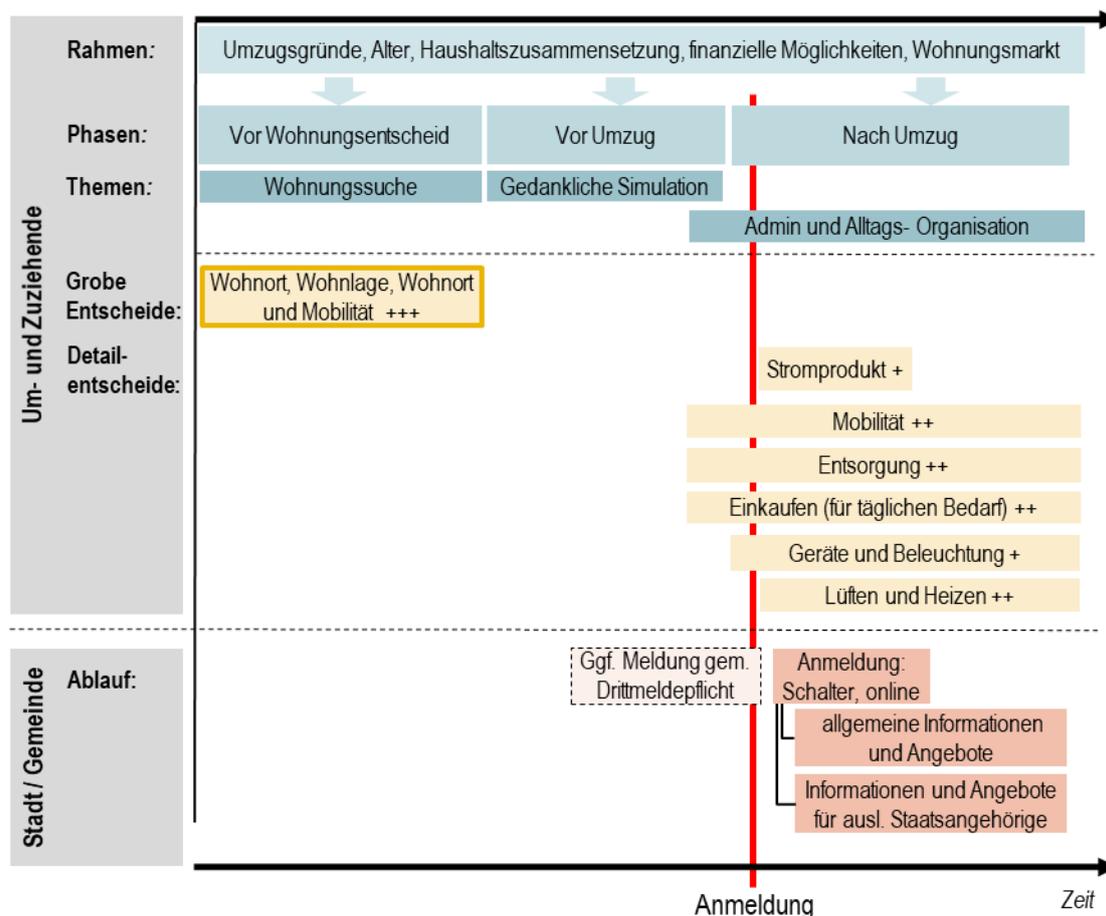
Einige Teilnehmende würden Vergünstigungen, Gutscheine und ähnliches für Restaurants, Geschäfte und Freizeitangebote, und Informationen zu lokalen spezialisierten Angeboten wie beispielsweise Gemüseabos, Milchautomaten oder ähnliches schätzen. Aus den Gesprächen geht jedoch hervor, dass dies nicht dringende Bedürfnisse sind, sondern eher als nice-to-have-Angebote angesehen werden.

## 5 Synthese

Die Synthese nimmt einen Abgleich der Ergebnisse der Analyse aus der Städte-Perspektive und der Perspektive der Zu- und Umziehenden vor. Prioritär geht es dabei um Ergebnisse, welche hinsichtlich der Beeinflussung von energierelevanten Verhaltensweisen und entsprechenden Entscheiden von Bedeutung sind.

Fokus des Abgleichs liegt auf der Stadt Zürich, da nur von dieser Stadt sowohl die städtische Perspektive als auch die Perspektive der Zu- und Umziehenden vorliegen. Zum Vergleich werden auch die Erfahrungen aus den anderen analysierten Städten und Gemeinden synthetisiert.

Die Synthese ist gegliedert in den Abgleich zu den Zielgruppen (Kap. 5.1), den Zeitpunkten der Informationen resp. des Informationsbedarfs (Timing; Kap. 5.2), den Informationsmitteln (Kap. 5.3) und den Informationsinhalten (Kap. 5.4). Jedes dieser Unterkapitel zieht aus dem Abgleich Schlussfolgerungen, welche im abschliessenden Unterabschnitt (Kap. 5.5, Integration) nochmals integriert werden.



econcept / Sozialforschungsstelle UZH

Figur 6: Vereinfachte Gegenüberstellung der Merkmale der Zu- und Umziehende und der Aktivitäten der Städte/Gemeinden. Beschreibung im Lauftext. +++ = energetisch sehr relevant; ++ = mittel relevant; + = wenig relevant. Gelb umrandet sind Entscheidungen, die für die Um- und Zuziehenden besonders wichtig sind.

Um eine erste Übersicht zu schaffen, steht an erster Stelle mit Figur 6 eine Grafik, welche vereinfacht und abstrahiert die Aktivitäten der Städte den Entscheidungen der Personen gegenüberstellt und diese auf der Zeitachse platziert.

In den oberen zwei Dritteln der Grafik sind Merkmale der Zu- und Umziehenden festgehalten. Zuoberst sind jene Faktoren aufgelistet, welche die Entscheidungen der Zu- und Umziehenden über alle Phasen am stärksten prägen. Auf der Zeile darunter sind die drei Phasen festgehalten. Gleich darunter sind jede Themen dargestellt, welche in der jeweiligen Phase die Zu- und Umziehenden am stärksten beschäftigen. Die gelben Kästen sind die Verhaltensbereiche, in denen energierelevante Entscheidungen gefällt werden. Gelb umrandet sind dabei Entscheidungen, welche für viele Befragte besonders wichtig waren und die Leitplanken für alle folgenden Entscheidungen im gleichen Bereich bilden. Die rote, vertikale Linie markiert die Anmeldung bei der Stadt und damit den Zeitpunkt, ab dem im Normalfall die städtische Verwaltung über einen Zu- oder Umzug informiert ist. Im unteren Drittel sind die wichtigsten Aktivitäten der Städte und Gemeinde abgebildet.

Es fällt auf, dass Entscheidungen die a) die Interviewpartner/innen als besonders wichtig beschrieben haben und die b) besonders relevant mit Blick auf den Energieverbrauch sind, vor dem Wohnungsentscheid getroffen werden. Dieser Entscheid fällt unter Umständen eine lange Zeit, bevor eine Anmeldung bei der Stadt oder Gemeinde eintrifft und kann folglich nicht mit einer Intervention im Rahmen der Anmeldung beeinflusst werden.

## 5.1 Zielgruppen

*Städte:* Die Stadt Zürich gibt an Zuziehende ein Grüezi-Couvert ab<sup>11</sup>. Ein zusätzliches Couvert erhalten ausländische Staatsangehörige. Damit unterscheidet Zürich zwischen Schweizer und ausländischen Zuziehenden. Dadurch dass Personen, welche innerhalb der Stadt Zürich umziehen, wird implizit auch zwischen Zu- und Umziehenden unterschieden. Diese Unterscheidungen sind vom Prinzip her auch in den anderen untersuchten Städten beobachtbar.

*Zu- und Umziehende:* Die Analyse der Aussagen der interviewten Personen zeigt klar, dass zwischen Umziehenden und Zuziehenden unterschieden werden kann.

Aufgrund dessen, dass die Interviews nur deutschsprachig durchgeführt wurden, fehlt in dieser Stichprobe Personen, welche des Deutschen nicht mächtig sind. Die Interviews mit Vertreterinnen der Stadt Zürich aber auch der anderen Städte zeigen aber klar auf, dass Personen, welche Deutsch beherrschen und solche, welche Deutsch nicht beherrschen, unterschiedliche Bedürfnisse haben.

---

<sup>11</sup> Der Gemeinderat hat im Oktober 2019 ein Postulat überwiesen, welches den Stadtrat dazu auffordert zu prüfen, wie das Willkommenspaket der Stadt Zürich für Zuzieher/innen durch Abgabe von weiteren Informationen und Gutscheinen für Kultur-, Sport und weitere Angebote angereichert werden kann. Siehe <https://www.gemeinderat-zuerich.ch/geschaefte/detailansicht-geschaefte?ID=62e245ea-572e-49b9-8033-75eba30b9952> [Stand URL: 29.11.2019]

*Schlussfolgerung:* Aufgrund dieser Zusammenstellung ist es sinnvoll und machbar, zwischen den nachfolgenden Zielgruppen zu unterscheiden. Diese Unterscheidung entspricht der Praxis in den analysierten Städten und Gemeinden.

- Deutschsprachige Zuziehende benötigen in erster Linie Informationen zur Alltagsorganisation – unabhängig davon, ob Sie aus der Schweiz oder aus dem sonstigen deutschsprachigen Raum in die Stadt Zürich ziehen.
- Fremdsprachige Zuziehende benötigen dagegen in erster Linie Sprachkenntnisse, Informationen zu administrativen Fragen (z.B. Arbeitsbewilligung, Aufenthaltsbewilligung) und erst in zweiter Linie Informationen zur Alltagsorganisation.
- Umziehende Personen wissen bereits, wie das Leben in der Stadt Zürich organisiert ist, kennen die Struktur der Stadt Zürich und sind deshalb in erster Linie an quartier-spezifischen Informationen interessiert.

## 5.2 Timing

*Städte:* Weil der Hauptfokus der Tätigkeiten der Stadt Zürich und der anderen Städte und Gemeinden im Rahmen von Zu- und Umzügen grundsätzlich auf dem Vollzug des administrativen Anmeldeprozesses liegt, erfolgen die Kontakte zwischen Stadt und Zu- resp. Umziehenden kurz nach Zu- resp. Umzug. In einzelnen Städten gibt es auch rund 6 bis 12 Monate nach dem Einzug in die neue Wohnung nochmals Kontakte – beispielsweise in Form von Begrüssungsanlässen für Zuziehende oder von Nachgesprächen mit fremdsprachigen Zuziehenden.

*Zu- und Umziehende:* Gemäss Interviews mit den Zu- und Umziehenden sind vor allem die Zuziehenden zum Zeitpunkt des Anmeldeprozesses oftmals stark mit administrativen, organisatorischen und logistischen Fragen beschäftigt. Für die Informationen, welche in diesem Zusammenhang stehen, sind die interviewten Personen in der Regel auch dankbar. Es fehlt Ihnen jedoch an Kapazitäten, zusätzliche Informationen, welche nicht in einem direkten Zusammenhang mit dem Umzug stehen, zu verarbeiten. Entsprechend gehen Informationen zu Energiefragen in dieser Phase unmittelbar nach dem Zu- resp. Umzug leicht unter.

Die Interviews mit zu- und umziehenden Personen haben weiter gezeigt, dass die Entscheide, welche die Leitplanken für die energetisch wichtigsten Verhaltensweisen festlegen, in der Phase «Vor dem Wohnungsentscheid» gefällt werden. In der Phase «vor dem Umzug» werden die alltäglichen Verhaltensweisen gedanklich im Rahmen dieser Leitplanken simuliert. Nach dem Umzug, werden diese Verhaltensweisen nur noch angepasst, wenn sie sich im Alltag nicht bewähren. Zusätzlich erfolgen allenfalls noch Verhaltensänderungen, welche energetisch jedoch nicht so sehr ins Gewicht fallen.

*Schlussfolgerungen:* Aufgrund dieser Feststellungen ist das Timing von Interventionen rund um Um- und Zuzug eine Herausforderung. Wenn irgendwie möglich, sollten insbesondere Zuziehende erreicht werden, bevor sie sich für eine Wohnung entschieden haben. Nur so ist es möglich, die energetisch relevantesten Entscheidungen zu beeinflussen.

Aufgrund der mangelnden Kapazitäten der Zielpersonen Informationen ist es nicht zu empfehlen, im Rahmen des Anmeldeprozess Informationen zu Energie und Energieverhalten abzugeben. Rund 5 bis 6 Monate nach dem Zu- resp. Umzug hätten die Zielpersonen dafür mehr Kapazitäten. Allerdings ist nur mit einem kleinen energetischen Effekt zu rechnen, weil die wesentlichen Verhaltensentscheide dann schon gefallen sind.

### 5.3 Interventionsmittel

*Städte:* Als zentrales Mittel, um Zuziehende generell zu informieren, nutzt die Stadt Zürich wie auch die meisten der anderen untersuchten Städte und Gemeinden, ein Willkommenscouvert, welches teilweise auch online angeboten wird. Der Inhalt ist vom Prinzip her gleich und beinhaltet Informationen zu den Angeboten der Stadt/Gemeinde im Bereich Gesundheit, Freizeit, Mobilität, Entsorgung etc., sowie Gutscheine. Der Umfang der Willkommenscouverts unterscheidet sich zwischen Städten/Gemeinden erheblich. Für ausländische Staatsangehörige gibt es in den Städten/Gemeinden spezifische Informationen und Angebote.

Von den Interviewpartnerinnen und -partnern aus den grossen Städten werden auch quartierspezifische Anlässe beispielsweise von Quartiervereinen erwähnt, welche für Zu- und Umziehende angeboten werden. Diese sind jedoch in aller Regel nicht mehr im Einflussbereich der jeweiligen Stadt.

Einzelne Städte bieten Einladungen zu Willkommensanlässen (z.B. Apéro, Schifffahrt) für Zuziehende an. Fremdsprachige Zuziehende werden in Basel nach rund einem Jahr zu einem Nachgespräch eingeladen.

Alle genannten Mittel sind nicht bewusst auf energie- und CO<sub>2</sub>-sparendes Verhalten ausgerichtet, auch wenn gewisse Informationen enthalten sind, die darauf einen Einfluss haben können.

*Zu- und Umziehende:* Die Zu- und Umziehenden schätzen das Willkommenscouvert grundsätzlich als Willkommensgeste. Gleichzeitig können sich relativ viele Personen nicht mehr daran erinnern. Gefragt nach ihren diesbezüglichen Bedürfnissen zeigt sich, dass die interviewten Personen aktuell keinen grossen Bedarf bezüglich Interventionsmittel von Seiten der Stadt haben. Dies kann sich jedoch je nach politischer und gesellschaftlicher Lage ändern, – beispielsweise mit einer wachsenden Sensibilität der Bevölkerung zum Thema Klimawandel.

Grundsätzlich bevorzugen die interviewten Personen für die Informationssuche Online-Kanäle. Am ehesten wünschen sich sowohl zu- wie umziehende Personen vergleichende Informationen, wobei sich dieser Wunsch vor allem auf Informationen in der Phase «vor dem

Wohnungsentscheid» bezieht. Gewünscht werden insbesondere Vergleiche von Wohnungen auf Plattformen, welche alle Wohnungsangebote umfassen. Aber auch Vergleiche von beispielsweise Quartieren sind für die Zuziehenden in dieser Phase interessant.

*Schlussfolgerungen:* Aufgrund dieser Ausgangslage empfiehlt es sich, die Willkommenscouverts zwar beizubehalten, diese angesichts der Tendenz und auch der Bedürfnisse der deutschsprachigen Zu- und Umziehenden zunehmend in elektronischer Form anzubieten. Persönliche Gespräche im Rahmen des Anmeldeprozesses sind für fremdsprachige Zuziehende auch in Zukunft zu empfehlen.

Hinsichtlich der Einflussnahme auf energierelevante Verhaltensweisen sollte eine Lösung gefunden werden, deutschsprachige Zu- und Umziehende schon in der Phase der Wohnungssuche zu erreichen. Als Ergänzung zum normalen Standortmarketing wären Umzugsportale ein Ort, wo Informationen zu einzelnen Quartieren aber auch zur energierelevanten Ausrichtung der jeweiligen Stadt platziert werden könnten.

Ebenfalls möglich ist die Nutzung von persönlichen Kontakten im Rahmen von Begrüßungsanlässen – seien diese von der Stadt oder von einem Quartier organisiert. Auch an diesen lässt sich die energiespezifische Ausrichtung einer Stadt resp. eines Quartiers vermitteln. Anzumerken ist jedoch, dass das «Window of Opportunity» zu diesem Zeitpunkt nur noch einen Spalt weit geöffnet ist und eine Wirkung deshalb nur im Zusammenhang mit anderen Massnahmen oder gesamtgesellschaftlichen Entwicklung und eher mittel- bis langfristig zu erwarten ist.

## 5.4 Interventionsinhalte

*Städte:* Die Informationsinhalte der Städte konzentrieren sich bei deutschsprachigen Zuziehende auf die Organisation des Alltagslebens in der jeweiligen Stadt und auf entsprechende Angebote. Der Organisation der Mobilität und der Abfallentsorgung und die jeweiligen Angebote ist dabei besonderes Augenmerk gewidmet. Generell ist der Umfang der Inhalte je nach Stadt unterschiedlich, so dass sich auch das Ausmass resp. die Detailtiefe der Informationen zur Mobilität und zur Entsorgung zwischen den Städten unterscheiden. Gutscheine sind in den meisten Städten Teil der Willkommensmappe, wobei sich auch die Anzahl Gutscheine nach Städten stark unterscheidet.

Obwohl Mobilität und Entsorgung im Rahmen von energierelevantem Verhalten wichtig sind, sind die Informationen nicht auf Beeinflussung des Verhaltens im Sinne des Energiebewusstseins ausgerichtet. Vielmehr steht die reibungslose Abwicklung der Mobilität und der Entsorgung sowohl aus individueller Sicht wie auch aus der Sicht der jeweiligen Stadt im Zentrum. Bis zu einem gewissen Grad deckt sich dies natürlich mit energetisch motivierten Zielen der Stadt.

*Zu- und Umziehende:* Die Zuziehenden sind nach dem Wohnungswechsel in erster Linie daran interessiert, den Anmeldeprozess und den mit dem Zuzug verbundenen weiteren

Formalitäten (z.B. Kantonswechsel Nummernschild) mit möglichst wenig Aufwand zu bestreiten. In zweiter Linie sind sie interessiert an Informationen zur Alltagsorganisation, wobei sich die entsprechenden Bedürfnisse stark unterscheiden je nach Haushaltszusammensetzung und Lebenssituation. Umziehende dagegen sind mit den Abläufen und der Funktionsweise der Stadt vertraut und suchen eher quartierspezifische Informationen, teilweise auch Details wie beispielsweise, ob es Gemüseabos oder offenen Milchverkauf gibt.

In der Phase vor dem Wohnungswechsel sind sowohl Zu- wie Umziehende an vergleichenden Informationen zu potenziellen Wohnungen interessiert. Zu den interessierenden Merkmalen der Wohnung gehören auch die Distanzen zu relevanten Einrichtungen (Arbeit, Kindertagesstätten, Schulen, Einkaufsmöglichkeiten) sowie zu mobilitätsrelevanten Informationen (z.B. ÖV-Erschliessung, Velowege, Parkplätze). Je nach Haushaltszusammensetzung und Lebenssituation der Um- oder Zuziehenden stehen hier andere Merkmale im Zentrum.

In der Phase «Vor dem Umzug» werden Informationen gesucht, welche das gedankliche Durchgehen der Alltagsorganisation erleichtern oder erst ermöglichen (z.B. Fahrplanabfragen).

Praktisch keine Rolle spielen Informationen, welche den Energieverbrauch thematisieren. Die Entscheide bezüglich Quartier- und Wohnungswahl oder bezüglich der Alltagsorganisation basieren in aller Regel nicht oder nur in letzter Priorität auf Umweltüberlegungen. Zwar beinhalten die Informationen oftmals implizit einen mehr oder weniger hohen Energieverbrauch. Für die Zu- und Umziehenden sind diese Aspekte aber nicht von Bedeutung. Beispielsweise impliziert eine Wohnfläche von 150 m<sup>2</sup> für zwei Personen einen hohen Energieverbrauch für die Raumwärme. Für die Zu- oder umziehende Person ist jedoch nicht der Energieaspekt, sondern der Aspekt des Komforts relevant.

*Schlussfolgerungen:* Grundsätzlich schätzen die Zuziehenden eine Willkommensgeste der Stadt. Dies zeigt sich beispielsweise auch daran, dass sich insbesondere deutschsprachige Zuziehende über die Willkommenspakete freuen, sofern sie sich daran erinnerten. Gleichzeitig unterscheiden sich die Informationsbedürfnisse der Zuziehenden je nach ihrer Haushaltszusammensetzung und Lebenssituation stark. In der Stadt Zürich erhalten aber alle Zuziehenden mit Schweizer Staatsangehörigkeit das gleiche Informationspaket. Eine stärkere Zuschneidung der Informationen auf spezifische Bedürfnisse der Zuziehende könnte dazu beitragen, dass sich die Zuziehenden stärker von verschiedenen Informationen und Angeboten angesprochen fühlen. Einzelne Städte (z.B. Baden) bieten solche zugeschnittene Informationspakete an

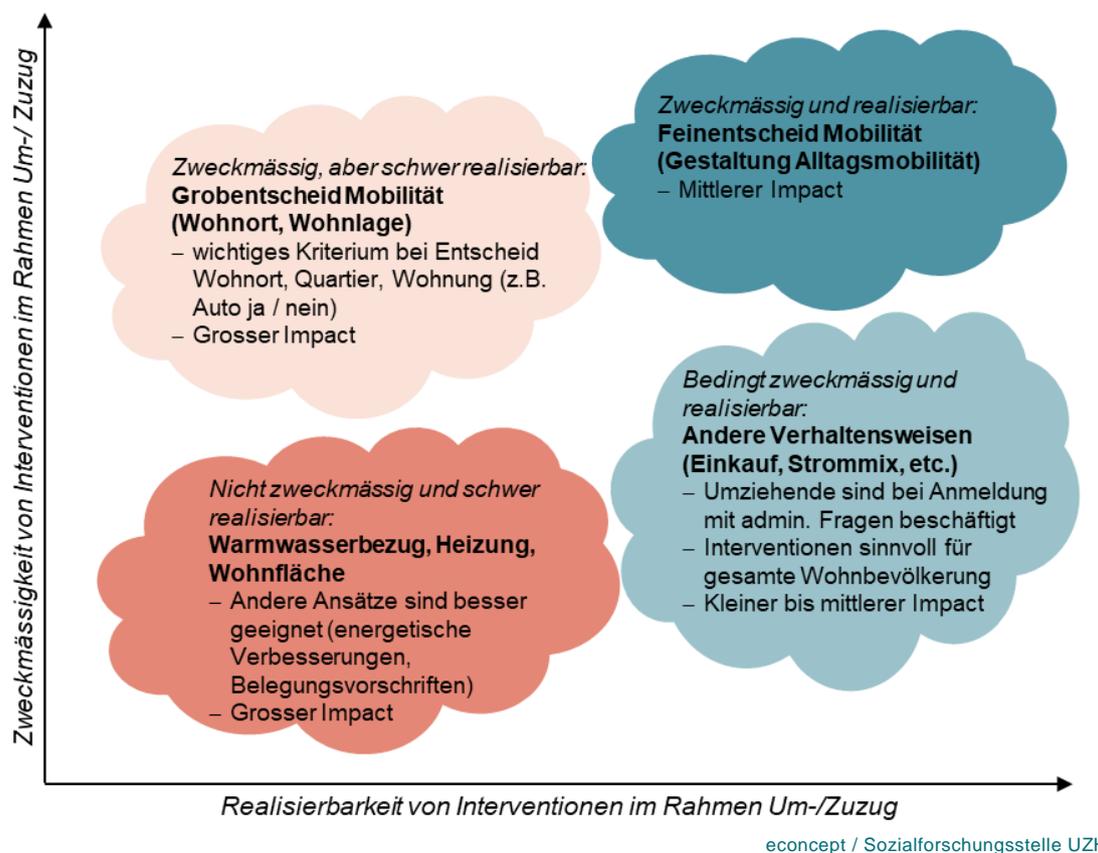
Um energiebewusstes Verhalten beeinflussen zu können, scheinen Informationen, welche direkt auf die Veränderung von Energie-Einstellungen, -Wissen oder -Haltungen abzielen nicht geeignet, weil für die Zu- und Umziehenden dieses Thema zu diesem Zeitpunkt nicht relevant ist. Vielversprechender scheint es zu sein, solche Botschaften im Rahmen von Informationen zur Stadt oder zum Quartier zu vermitteln. Beispielsweise könnte vermittelt werden, dass die Einwohnerinnen und Einwohner der Stadt eine Energiestrategie be-

schlossen haben, und die Stadt deshalb einen energiebewussten Lifestyle anstrebt. In diesem Rahmen könnten Beispiele aufgezählt werden, welche wiederum für Zuziehende in diesem Moment relevante Informationen enthalten (z.B. ÖV-Erschliessung, Gemüsekorb-Lieferanten). Diese Infos eignen sich vor allem für deutschsprachige Zuziehende innerhalb der Phase «Vor dem Wohnungsentscheid». Für Umziehende müssten dies Informationen zum gleichen Zeitpunkt erfolgen, aber quartierspezifisch sein.

## 5.5 Integration

Die Integration der vorangehenden Kapitel erfolgt mittels zweier Grafiken.

Die erste Grafik (Figur 7) stellt auf den Dimensionen Zweckmässigkeit und Realisierbarkeit dar, welche Informationsinhalte sich für Interventionen im Rahmen eines Zu- und Umzugs eher eignen und welche eher nicht. Die Einschätzung der Realisierbarkeit basiert dabei im Wesentlichen auf den Beschreibungen in der Rubrik Städte und Gemeinden der vorangehenden Unterkapitel; jene der Zweckmässigkeit auf energetischen Überlegungen sowie auf den Angaben in der Rubrik «Zu- und Umziehende».



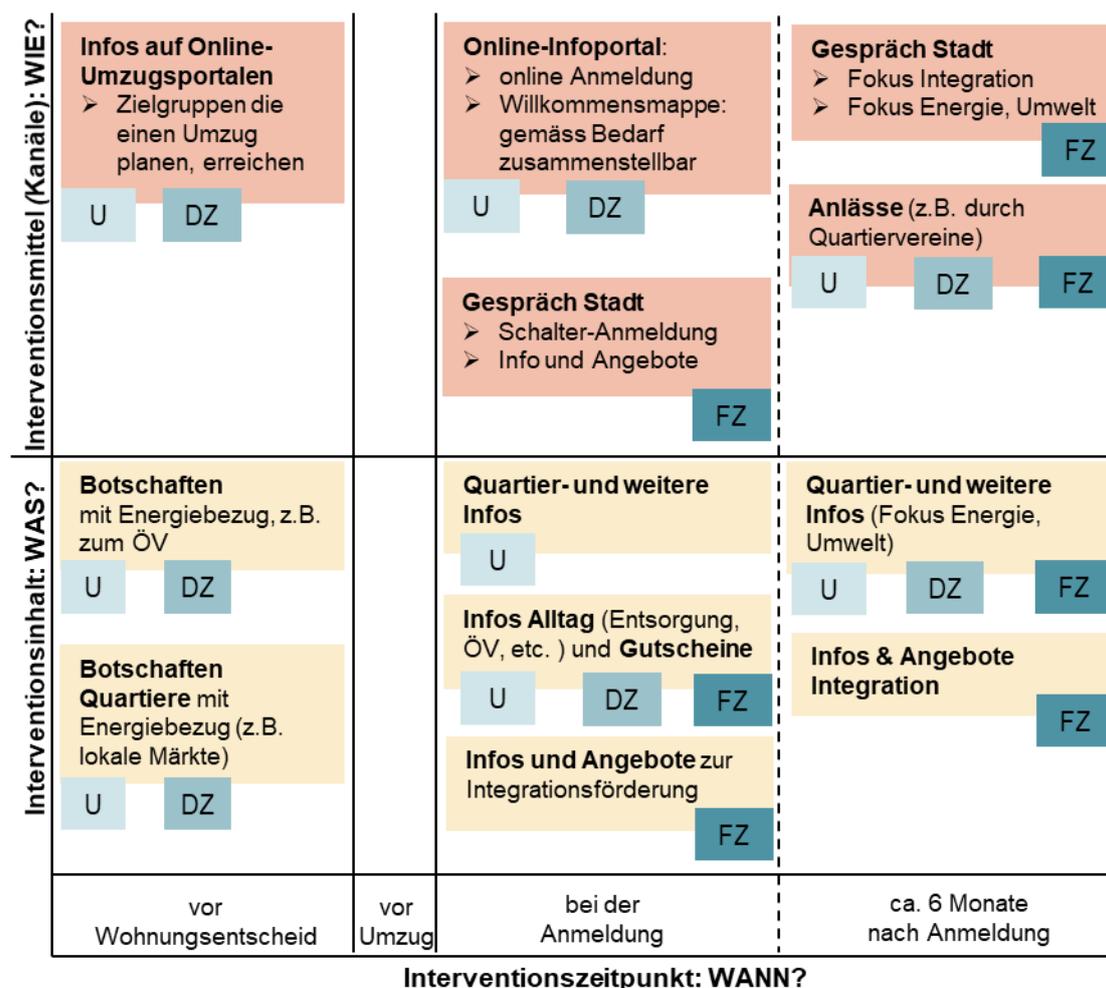
Figur 7: Städtische Interventionen rund um den Umzug aufgeschlüsselt nach Zweckmässigkeit und Realisierbarkeit. Impact = Einfluss auf den Energieverbrauch.

Hauptaussagen dieser Grafik sind, dass erstens Entscheide zur Feinjustierung der Mobilitätsorganisation im Alltag am einfachsten zu beeinflussen sind und aus der Energieper-

spektive auch sinnvoll sind. Energetisch noch wichtiger wäre die Beeinflussung von Entscheidungen zur Wohnungsauswahl und zu Grobentscheiden in der Mobilität. Diese sind jedoch sehr schwierig zu realisieren. Beispielsweise ist es für Städte sehr schwierig die Zielpersonen zu erreichen, bevor der Umzug bekannt ist. Oder es ist schwierig die Wohnungswahl zu beeinflussen, weil die Heterogenität der Rahmenbedingungen und damit der Einflussfaktoren sehr hoch ist.

Die zweite Grafik (Figur 8) orientiert an einer idealtypischen Intervention resp. stellt verschiedene Interventionsmöglichkeiten zusammen. Basis dafür sind die Merkmale der Zu- und Umziehenden, wie auch die grundsätzlichen Möglichkeiten einer Stadt. Nicht berücksichtigt sind dabei operative oder organisationale Schwierigkeiten wie beispielsweise finanzieller Aufwand, Aufwand für Kooperationen z.B. zwischen verschiedenen städtischen Dienstabteilungen oder zwischen Stadt und Quartieren.

Die Abbildung zeigt in der oberen Hälfte – nach Phasen unterteilt und differenziert nach Zielgruppen –, welches die wichtigsten Interventionsmittel resp. Interventionskanäle wären. In der unteren Hälfte die idealtypischen Interventionsinhalte. Die Abbildung fasst damit die Schlussfolgerungen in den einzelnen Unterkapiteln zusammen.



Figur 8: Optimale Interventionsmittel (rot) und Interventionsinhalte (gelb) nach Zielgruppen (blau) und Umzugsphase. U = Umziehende, DZ = deutschsprachige Zuziehende, FZ = fremdsprachige Zuziehende.

## 6 Empfehlungen für die Stadt Zürich mit Blick auf Interventionen rund um den Zu- und Umzug

Basierend auf den Interviews mit Umziehenden sowie aus der vergleichenden Analyse mit andern Städten haben die Autoren/innen verschiedene Vorschläge entwickelt, wie bestehende Interventionen der Stadt Zürich rund um den Zu- und Umzug verbessert werden könnten und welche zusätzlichen Interventionen sinnvoll sind. Diese Vorschläge werden als Empfehlungen formuliert und sind in ihrer Grundausrichtung auch auf andere Schweizer Städte und Gemeinden übertragbar.

Die Empfehlungen fokussieren auf Interventionen mit dem Ziel das umwelt- und energiebewusste Verhalten zu stärken. Optimierungsmöglichkeiten, welche nicht diesem Ziel dienen, sind nicht Thema dieser Studie und sind deshalb nicht aufgeführt.

Da alle Interviews mit deutschsprachigen Um- und Zuziehenden geführt wurden, beziehen sich die Empfehlungen stark auf Interventionen, die sich an diese Zielgruppe richten. Die bestehenden Interventionen für fremdsprachige Um- und Zuziehende verfolgen die Ziele der Integrationsförderung und stehen nicht im Fokus dieser Studie.

Wir empfehlen grundsätzlich ein Vorgehen, das i) stärker an den Entscheidungsprozessen der Um- und Zuziehenden orientiert ist, ii) stärker auf die Anliegen verschiedener Zuziehender zugeschnitten ist und iii) online verfügbar ist. Daher fokussieren viele Empfehlungen auf neue Interventionen. Bevor diese in Kap. 6.2 vorgestellt werden, beschäftigt sich Kap. 6.1 mit möglichen Optimierungen des bestehenden Grüezi-Couverts in Zürich.

### 6.1 Empfehlung für die Optimierung des bestehenden Grüezi-Couverts

Zur punktuellen, niederschweligen Optimierung des bestehenden Grüezi-Couverts der Stadt Zürich mit Blick auf die Themen Umwelt, Energie und Klima empfehlen wir folgendes:

Anreicherung des Grüezi-Couverts mit bestehendem Informationsmaterial mit Bezügen zu Energie, Umwelt und Klima: Wir empfehlen der Stadt Zürich, die Inhalte des Grüezi-Couverts mit Blick auf die Themen Umwelt, Klima und Energie zu überprüfen und mit bestehenden Informationen anzureichern. Diese Informationen können quartierübergreifend oder quartierspezifisch sein. Beispiele sind: Karte der Möglichkeiten von Transition Zürich; Hinweise auf mobility-Parkplätze im Quartier. So erhalten Zuziehende auf eine niederschwellige Art und Weise Informationen und Hinweise, wie sie ihren Ressourcenverbrauch senken können. Tabelle 5 fasst Vor- und Nachteile sowie eine Abschätzung der Wirkung dieser Massnahme zusammen.

Vorteile / Chancen	Nachteile / Risiken	Abschätzung Wirkung
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Erweiterung des bestehenden Grüezi-Couverts</li> <li>– Geringer administrativer Aufwand</li> <li>– Relativ geringer Aufwand für die Aktualisierung des Grüezi-Couverts</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Hoher Papierverbrauch</li> <li>– Informationen sind nicht für alle Zuziehenden von Interesse</li> </ul>	Gering (v. a. aufgrund des hohen Streuverlusts)

Tabelle 5: Vor-, Nachteile und Abschätzung der Wirkung bei einer Anreicherung des Grüezi-couverts mit bestehenden Informationen mit Bezügen zu Energie, Umwelt, Klima.

## 6.2 Empfehlungen für neue Interventionen

Unsere Empfehlungen für neue Interventionen werden nach dem Zeitpunkt strukturiert, zu dem die Intervention stattfindet. Wie im vorangegangenen Kapitel werden nur Möglichkeiten aufgelistet, welche einen Bezug zur Optimierung des umwelt- und energiebewussten Verhaltens haben.

### 6.2.1 Empfehlung für eine Intervention, die beim Wohnungsentscheid ansetzen

Mit dem Wohnungsentscheid werden zwei grosse Stellschrauben des Energieverbrauchs, nämlich die Wohnfläche und die grobe Gestaltung der Mobilität festgelegt. Da die Anmeldung erst viel später erfolgt hat die Stadt keine Möglichkeiten, entsprechende Interventionen direkt bei den Zielgruppen zu platzieren.

Gezielte Informationen auf Umzugsplattformen: Wir empfehlen der Stadt Zürich in Ergänzung zum normalen Standortmarketing, zu prüfen, Informationen auf Umzugsplattformen zu schalten, um gezielt Personen anzusprechen, die aktuell in Zürich eine Wohnung suchen. In diesem Rahmen können Botschaften platziert werden, die nicht direkt das Thema Energie thematisieren (weil dies in der aktuellen Umzugsphase für die meisten Zu- und Umziehenden vermutlich keine Rolle spielt), die aber einen klaren Bezug zum Thema Energie haben. Solche Botschaften können zum Beispiel die gute Erreichbarkeit in Zürich, die Anbindung an den öffentlichen Verkehr, Sharing-Optionen für MIV und Langsamverkehr, Velo-Lieferservices, alternative Ernährungsangebote und ähnliches thematisieren und so Überlegungen zur zukünftigen Gestaltung der Mobilität, der Ernährung oder anderer Verhaltensbereiche anstossen. Solche Botschaften können – je nach Umzugsplattform – auch quartierspezifisch gestaltet werden. Tabelle 6 fasst Vor- und Nachteile sowie eine Abschätzung der Wirkung dieser Massnahme zusammen.

Vorteile / Chancen	Nachteile / Risiken	Abschätzung Wirkung
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Direkte Ansprache von Zielgruppen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Entsprechende Botschaften müssen entwickelt werden</li> <li>– Kosten</li> </ul>	Gering bis mittel (v. a. weil Wohnungswahl auch stark von Verfügbarkeit, Preis und Wohnlage geprägt ist)

Tabelle 6: Vor-, Nachteile und Abschätzung der Wirkung bei gezielter Information auf Umzugsplattformen.

## 6.2.2 Empfehlungen für Interventionen beim Anmeldeprozess (online und am Schalter)

Beim Anmeldeprozess besteht eine Chance, den Zuziehenden wichtige Informationen zu vermitteln. Da die Zuziehenden im Moment der Anmeldung stark mit organisatorischen, administrativen und logistischen Fragen beschäftigt sind, müssen Informationen stark auf die Bedürfnisse der Zuziehenden zugeschnitten werden, damit sie überhaupt wahrgenommen werden.

Bedarfsspezifische Information am Kreisbüroschalter im Rahmen der Anmeldung: Im Moment erhalten alle Zuziehenden in der Stadt Zürich mit Schweizer Herkunft dasselbe Willkommenspaket bei der Anmeldung am Schalter (Grüezi Couvert). Zum Beispiel erhalten alle Zuziehenden einen Flyer mit Hinweisen zum Kinderkulturkalender der Stadt Zürich, unabhängig davon, ob sie Kinder haben oder nicht. Wir empfehlen der Stadt Zürich, eine stärkere Ausdifferenzierung der Informationen und Angebote gemäss Bedürfnissen der Zuziehenden. Am Schalter kann gemeinsam mit der Zielperson ein Informationspaket gemäss Bedarf zusammengestellt werden: Je nach Interesse werden unterschiedliche Informationsflyer zur Alltagsorganisation (z.B. Informationen zur Entsorgung und zum Öffentlicher Verkehr), Angebote sowie quartierspezifische Informationen zusammengestellt (s. Beispiel Stadt Baden). Auch saisonale Informationen (z.B. für die Kühlung der Wohnung im Sommer) können gegeben werden.

Bedarfsspezifische Information bei der Online-Anmeldung: Wir empfehlen, die bedarfsspezifische Information auch bei der Online-Anmeldung umzusetzen. Diese Option wird bei Umziehenden und Zuziehenden zunehmend relevanter. Die Zielperson kann bei der Online-Anmeldung auf einer Liste verschiedene Informationen zur Alltagsorganisation (z.B. Informationen zur Entsorgung und zum Öffentlicher Verkehr), Angebote, quartierspezifische und saisonale Informationen ankreuzen und erhält diese dann (z.B. als PDF gebündelt) zusammen mit der Anmeldebestätigung per Email zugeschickt.

Tabelle 7 fasst Vor- und Nachteile sowie eine Abschätzung der Wirkung beider Massnahmen zusammen.

Beschrieb	Vorteile / Chancen	Nachteile / Risiken	Abschätzung Wirkung
Zugeschnittenes Informationspaket beim Schalter	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Zugeschnitten auf Bedürfnisse der Zielpersonen, daher wird Information eher aufgenommen</li> <li>– Intensiverer Kontakt mit Zuziehenden</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Administrativer Aufwand</li> <li>– Zeitaufwand bei Anmeldung steigt</li> <li>– Kann überfordern, wenn sich Zielpersonen nicht entscheiden können/möchten</li> <li>– Papierverbrauch (allerdings gezielt)</li> </ul>	Gering bis mittel (da verbunden mit Gespräch)
Zugeschnittenes Informationspaket online	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Aufwertung der Online-Anmeldung</li> <li>– Zugeschnitten auf Bedürfnisse der Zielpersonen, daher wird Information eher aufgenommen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Administrativer Aufwand</li> <li>– Kann überfordern, wenn sich Zielpersonen nicht entscheiden können/möchten</li> </ul>	Eher gering (da online und File zusammen mit der Anmeldung per Email verschickt wird)

Tabelle 7: Vor-, Nachteile und Abschätzung der Wirkung bei bedarfsspezifischer Zuschneidung der Informationen

Bedarfsspezifischer Einsatz von Gutscheinen (online und am Schalter): Wir empfehlen der Stadt Zürich, den Zuziehenden zusätzliche Gutscheine zur Verfügung zu stellen, um die Zuziehenden zu animieren, verschiedene Angebote der Stadt Zürich (z.B. öffentlicher Verkehr, Ausleihe PubliBike) auszuprobieren. Dabei sollen Zuziehende je nach ihrem Bedarf Gutscheine wählen können. Die Wahl kann online oder am Schalter erfolgen. Je nach Ressourcen der entsprechenden Stellen kann die Einlösung des Gutscheins mit einem Gespräch verknüpft werden, bei dem die Zugezogenen Fragen stellen und sich weiter informieren können. Gemäss Erfahrungen anderer Städte (z.B. Stadt St.Gallen, Stadt Basel) sind solche Gutscheine bei den Zuziehenden beliebt, und werden als grosszügige Geste wahrgenommen. Gutscheine könnten für die folgenden Angebote eingesetzt werden:

- **PubliBike:** Ausprobieren von PubliBike (Gratisminuten). Durch das konkrete Ausprobieren des Angebots und durch die bereits erfolgte Registrierung kann erwartet werden, dass die Zuziehenden das Angebot auch in Zukunft nutzen.
- **E-Cargo-Bike:** Ausprobieren von CarVelo2go (Gratisminuten). Durch das konkrete Ausprobieren des Angebots und durch die bereits erfolgte Registrierung kann erwartet werden, dass die Zuziehenden das Angebot auch in Zukunft nutzen
- **ÖV-Ticket:** Kurzstrecken-Ticket. Die Zugezogenen probieren durch das niederschwellige Angebot den ÖV in der Stadt Zürich aus.
- **Mobility-Probeabo:** Probeabo für einen Monat. Durch das konkrete Ausprobieren des Angebots und durch die bereits erfolgte Registrierung kann erwartet werden, dass die Zuziehenden das Angebot auch in Zukunft nutzen.
- **Gutschein für einen energiesparenden Duschkopf:** eine Sparbrause pro Haushalt. Direkte Energieeinsparungen beim Warmwasserverbrauch.
- **Gutschein für Bezug vom ewz Stromprodukt ewz.pronatur:** Übernahme des Preiszuschlag auf ewz.pronatur während der ersten drei Monate.
- **Gutschein für Blumen- oder Gemüsesamen:** für urban gardening. Durch das konkrete Ausprobieren des Angebots werden Zuziehende dazu animiert, urban gardening zu betreiben.

Tabelle 8 fasst Vor- und Nachteile sowie eine Abschätzung der Wirkung beider Massnahmen zusammen.

Vorteile / Chancen	Nachteile / Risiken	Abschätzung Wirkung
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Gutscheine animieren dazu, Angebote direkt auszuprobieren und entsprechende Stellen aufzusuchen</li> <li>– Zugeschnitten auf Bedürfnisse der Zielpersonen</li> <li>– Intensiverer Kontakt mit Zugezogenen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Administrativer Aufwand (sowohl bei der Anmeldung als auch bei den entsprechenden Stellen)</li> <li>– Kosten für Gutscheine</li> <li>– Zeitaufwand bei Anmeldung steigt</li> <li>– Papierverbrauch (allerdings gezielt)</li> </ul>	Mittel bis hoch (zumindest kurzfristig)

Tabelle 8: Vor-, Nachteile und Abschätzung der Wirkung bei bedarfsspezifischen Gutscheinen (online, am Schalter)

### 6.2.3 Allgemein Empfehlung mit Blick auf Interventionen

Systematische Wirkungsevaluation der Interventionen: wir empfehlen der Stadt Zürich, die Interventionen im Rahmen des Umzugs systematisch zu evaluieren. Aktuell evaluiert keine der analysierten Städte die Wirkung ihrer Interventionen im Rahmen des Zuzugs auf systematische Art und Weise. Eine solche Evaluation wäre allerdings zentral um abzuschätzen,

- Wie die Zuziehenden die Interventionen wahrnehmen und nutzen,
- welche Interventionen das Potenzial haben, kurz-, mittel-, und langfristig Verhaltensänderungen auslösen, und

Für die Evaluation bieten sich – je nach umgesetzten Interventionen – verschiedene Methoden an, die im Rahmen einfacher Statistik umgesetzt werden können. Je nach Methode ist auch ein etwas grösserer Aufwand im Sinne einer Begleitforschung nötig:

- Auszählung von verschiedenen Informationsflyern gibt Hinweise, welche Informationen und Angebote für Umziehende besonders wichtig und attraktiv sind
- Auszählen von eingelösten Gutscheinen: gibt Hinweise darauf, welche Gutscheine tatsächlich eingelöst werden, i.e. welche Angebote und Veranstaltungen tatsächlich ausprobiert wurden.
- Qualitative Interviews mit städtischen Angestellten bei Kreisbüros und beim Welcome-Desk: Erfahrungen bezüglich Interessen und Bedürfnisse der Zuziehenden,
- Quantitative Befragung bei Zugezogenen (ca. 3-6 Monate nach dem Zuzug): Wahrnehmung und Nutzung von verschiedenen Angeboten, Einschätzung der Wirkung dieser Angebote (z.B. auf die Gestaltung der Alltagsmobilität).

Eine systematische Evaluation kann dazu beitragen, bestehende Interventionen in ihrer Wirksamkeit zu verbessern und sie kann wertvolle Grundlagen liefern, neue Interventionen im Rahmen des Zuzugs zu entwickeln.

## 7 Literatur

- Bamberg, S. (2006). Is a residential relocation a good opportunity to change people's behavior? Results from a theory-driven intervention study. *Environment and Behavior*, 38(6): 820–840.
- Bamberg, S. (2007). Using a residential relocation as starting point for breaking car use habits. *Proceedings: Cases in sustainable consumption and production: Workshop of the sustainable consumption research exchange (SCORE!) Network*, June (2007), pp. 365-374.
- Beckenbach, F. & Kahlenborn, W. (2016). *New perspectives for environmental policies through behavioral economics*. Cham: Springer.
- Bohte, W., Maat, K., van Wee, B. (2009). Measuring attitudes in research on residential self-selection and travel behaviour: a review of theories and empirical research. *Transp. Rev.* 29 (3), 325–357.
- Bruns, A., Manz, W. (2011). Standortwahl „bewusster Stadtbewohner“. Die Bedeutung von Mobilitätsaspekten bei der Standortwahl von Haushalten in Mittelstädten am Beispiel Aalens. In: Hege, H.-P., Knapstein, Y., Meng, R., Ruppenthal, K., Schmitz-Veltin, A., Zakrzewski, P. (Hrsg.): *Schneller, öfter, weiter? Perspektiven der Raumentwicklung in der Mobilitätsgesellschaft*; 13. Junges Forum der ARL ; 13. bis 15. Oktober 2010 in Mannheim. Hannover: ARL (Arbeitsberichte der ARL, 1), S. 79–93
- Chatterjee, K. & Scheiner, H. (2015). Understanding changing travel behaviour over the life course: Contributions from biographical research. A Resource Paper for the Workshop “Life-Oriented Approach for Transportation Studies”. Presented at the 14th International Conference on Travel Behaviour Research (IATBR), Windsor, UK, 19–23 July 2015.
- Dahlstrand, U., & Biel, A. (1997). Pro-environmental habits: Propensity levels in behavioral change. *Journal of Applied Social Psychology*, 27, 588–601.
- DPA (2018). *So zieht Deutschland um. Die Umzugsstudie 2018*. Frankfurt a.M.: Deutsche Post Adress GmbH & Co. KG.
- Fuchte, K. (2006). *Verkehr und Erreichbarkeit als Kriterien der Wohnstandortwahl*. Dortmunder Beiträge zur Raumplanung: Verkehr. Ausgabe Nr. 5. Dortmund: Universität Dortmund, Institut für Raumplanung.
- Graham-Rowe, E., Skippon, S., Gardner, B., Abraham, C. (2011). Can we reduce car use and, if so, how? A review of available evidence. *Transp. Res. Part A: Policy Pract.* 45 (5), 401–418.
- Jarass, J. (Hrsg.). (2017). *Neues Wohnen und Mobilität. Präferenzen und Verkehrsmittelnutzung in einem innerstädtischen Neubaugebiet*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH.
- Jones, C.H.D & Ogilvie, D. (2012). Motivations for active commuting: a qualitative investigation of the period of home or work relocation. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 9. 109.
- Jungbluth N. & Itten R. (2012). *Umweltbelastungen des Konsums in der Schweiz und in der Stadt Zürich: Grundlagendaten und Reduktionspotenziale*. Energieforschung Stadt Zürich. Bericht Nr. 8, Forschungsprojekt FP-1.1, 111 S.
- Lin, T., Wang, D., & Guan, X. (2017). The built environment, travel attitude, and travel behavior: Residential self-selection or residential determination? *Journal of Transport Geography*, 65, 111–122.
- Mortimer, J.T., Shanahan, M.J., (2003). *Handbook of the Life Course*. Springer, Boston.
- MovU (2019). *So zieht die Schweiz um. MOVU Umzugsstudie 2019*. Online: <https://www.movu.ch/ratgeber/umzugsstudie-schweiz/>. Download: 11.11.2019
- Müggenburg, H., Busch-Geertsema, A. & Lanzendorf, M. (2015). Mobility biographies: A review of achievements and challenges of the mobility biographies approach and a framework for further research. *Journal of Transport Geography* 46. 151-163.

- Schäfer, M., Jaeger-Erben, M. & Bamberg, S. (2012). Life events as windows of opportunity for changing towards sustainable consumption patterns? Results from an intervention study. *Journal of Consumer Policy*, 35, 65-84.
- Stadt Winterthur (2013). Neubauwohnungen in Winterthur. Winterthur: Fachstelle Stadtentwicklung.
- Statistisches Amt Kanton Basel-Stadt (2019a). Wanderungsbefragung 2018. Basel: Statistisches Amt.
- Statistisches Amt Kanton Basel-Stadt (2019b). Wanderungsbefragung 2018, Grundausswertung Zuzug. Basel: Statistisches Amt.
- Thomas G. O., Poortinga W., Sautkina E. (2016). Habit discontinuity self-activation and the diminishing influence of context change: evidence from the UK Understanding Society Survey. *PLoS One* 11(4): e0153490.
- Thronicker, I. & Klinger, T. (2019). Interest into travel-related interventions among urban movers and non-movers. *Travel Behaviour and Society*. 16. 88-98.
- Verplanken, B., & Roy, D. (2016). Empowering interventions to promote sustainable lifestyles: Testing the habit discontinuity hypothesis in a field experiment. *Journal of Environmental Psychology*, 45, 127–134.
- Verplanken, B., Walker, I., Davis, A. & Jurasek, M. (2008). Context change and travel mode choice: Combining the habit discontinuity and self-activation hypotheses. *Journal of Environmental Psychology*, 28 (2), 121-127.
- Wood, W., & Neal, D. T. (2007). A new look at habits and the habit-goal interface. *Psychological Review*, 114, 843–863.

## Anhang

### A-1 Detailtabellen zu den einzelnen Städten und Gemeinden

Zürich	
Interviewpartnerinnen	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Cristiana Baldauf, Projektleiterin Integrationsförderung (STEZ)</li> <li>– Carmela Schürmann, Leiterin Kompetenzzentrum Personenmeldeamt der Stadt Zürich (BVA)</li> </ul>
Informationen und Angebote	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Grüezi-Couvert, wird bei der Anmeldung am Schalter allen Zuziehenden abgegeben</li> <li>– Zusätzliches Couvert für ausländische Staatsangehörige (Einladung Begrüssungsveranstaltung und Flyers Angebote Integrationsförderung)</li> <li>– Zuzieher/innen Anlässe werden je nach Quartier durch die Quartiervereine organisiert</li> <li>– Die Stadt Zürich organisiert die Begrüssungsveranstaltungen für aus dem Ausland zugezogene ausländische Staatsangehörige im Rahmen ihres gesetzl. Auftrags zur Erstinformation.</li> </ul>
Interventionen/Wirkungsweise	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Informationen und Anregung zur Partizipation durch Wertschätzung und Willkommenheissen</li> <li>– Nudge Strommix: beim Onlineportal ist ein besonders ökologisches Stromprodukt vorausgewählt (Default) Kunden/innen können ein anderes Produkt wählen</li> </ul>
Thema Umwelt, Verkehr, Klima	<ul style="list-style-type: none"> <li>– ZVV Tariffinformation und Netz</li> <li>– VBZ Infolyer und Wettbewerb für ein Monats-Abonnement</li> <li>– Infolyer Stadtverkehr 2025 (Velo-, öffentlicher und Fussverkehr)</li> <li>– Bezugsschein für Kaliumiodidtabletten</li> <li>– Entsorgungskalender</li> <li>– Situativ weitere städtische Informationen, je nach Bedarf</li> <li>– ewz: Wahl des Strommixes bei der Online-Anmeldung</li> </ul>
Informationen für unterschiedliche Zielgruppen	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Innerhalb der Stadt Umziehende erhalten den Entsorgungskalender im Kreisbüro.</li> <li>– Die Integrationsförderung bietet im Rahmen ihrer Erstinformation flächendeckende Angebote (Begrüssungsveranstaltungen, Infoschalter Welcome Desk, mehrsprachige Infos auf Website) sowie ergänzende Angebote (ziel- und sprachgruppenspezifische Angebote wie Kurse, Infoabende, Veranstaltungsreihen) mit Abgabe von Informationsmaterial sowie Wissensvermittlung</li> </ul>
Erfahrungen bezüglich Wirkung	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Kein systematisches Festhalten von Wirkungen (sporadische Befragung)</li> <li>– Umweltthemen stehen nicht im Fokus der Anmeldung. Im Rahmen des Umzugs sind vorerst andere Themen für die Umziehenden relevant. Geschätzt werden die Dienstleistungen der Kreisbüros, welche als erste Ansprechstelle für Neuzuziehende die verschiedensten Fragen beantworten oder die Bevölkerung an die richtige Stelle weiterverweisen.</li> <li>– Von Seiten der der Integrationsförderung werden Umweltthemen im Rahmen der ergänzenden Angebote der Erstinformation (Kurse und Veranstaltungen) vertieft (.z.B. Besuch des Kehrichtheizkraftwerks Hagenholz), das wird von Teilnehmenden gemäss Befragungen sehr geschätzt. Ebenso die Möglichkeit der niederschweligen Beratung am Welcome Desk.</li> <li>– Recycling ist gerade für ausländische Staatsangehörige ein wichtiges Thema (viele kennen das System nicht und wollen korrekt entsorgen)</li> </ul>
Spezielles	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Integrationsförderung hat eigenes Programm (Erstinformationsauftrag)</li> <li>– Drittmeldepflicht</li> </ul>
Offene Fragen	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Wäre ein gezielteres Ansprechen von spezifischen Zielgruppen mit auf sie zugeschnittenen Informationen und Angebote wirksamer?</li> <li>– Wäre ein Anlass für alle Zuziehenden ein guter Aufhänger, um mit den Zuziehenden in Kontakt zu kommen?</li> <li>– Beim Zuzug beschäftigen die Leute viele andere Themen, wann ist bei welchen Gruppen ein guter Zeitpunkt zum «nachhaken»?</li> </ul>

Tabelle 9: Zürich

St.Gallen	
Interviewpartnerin	Maja Bretscher, Öffentlichkeitsarbeit, Umwelt & Energie
Informationen und Angebote	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Mappe «Willkommen in der Stadt St.Gallen» mit Gutscheinen und Informationen, wird bei der Anmeldung am Schalter abgegeben oder im Fall der Online-Anmeldung per Post verschickt</li> <li>– Zuzieher/innenapéro (2 mal pro Jahr) mit Infotischen</li> </ul>
Interventionen/Wirkungsweise	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Gutscheine sollen dazu animieren, bei verschiedenen Stellen vorbeizugehen</li> <li>– Dort erhalten Interessierte weiterführende Information</li> </ul>
Thema Umwelt, Verkehr, Klima	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Gutschein Willkommensgeschenk Energiestadt Gold (Giveaway plus Couvert mit saisonalen Informationen, z.B. Velostadtplan, Veranstaltungskalender, Infos zum Grillen auf dem Balkon, Beleuchtung, Gärtnern im Hochbeet)</li> <li>– Fahrplan St.Galler Bus</li> <li>– Flyer Tarifverbund</li> <li>– Flyer Abfallentsorgung</li> <li>– Gutschein Gebührensack</li> <li>– Gutschein Solartaschenlampe (Kundenzentrum SGSW)</li> <li>– Gutschein Tagesbewilligung erweiterte blaue Zone)</li> <li>– Gutschein Blumenwiesen-Samen (botanischer Garten)</li> </ul>
Informationen für unterschiedliche Zielgruppen	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Gutschein für Informationsgespräch in der Muttersprache</li> <li>– Umziehende erhalten kein Informations-Paket</li> </ul>
Erfahrungen bezüglich Wirkung	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Kein systematisches Festhalten von Wirkungen</li> <li>– Persönlicher Kontakt und bestimmte Angebote (z. B. Cargobike) kommen gut an</li> </ul>
Spezielles	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Drittmeldepflicht</li> </ul>
Offene Fragen	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Wichtige Entscheide passieren in Phasen, wo Personen schwierig zu erreichen sind. Wie können Zielgruppen in entscheidenden Phasen erreicht werden?</li> </ul>

Tabelle 10: St.Gallen

Baden	
Interviewpartnerin	Yvonne Haller, Leiterin Stadtbüro
Informationen und Angebote	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Informationen werden bei der Anmeldung am Schalter abgegeben (Fokus auf Information), bei komplexen, umfangreichen Fragen wird ein Termin für ein Willkommensgespräch vereinbart</li> <li>– Am Schalter wird ein auf Bedürfnisse zugeschnittenes Infopaket zusammengestellt</li> <li>– Anlass für Zuzieher/innen, dieser wird dieses Jahr neu gestaltet. Bisher wurden die Teilnehmenden vom Apérostandort mittels einer verkürzten Stadtführung zum Ort des Nachtessens geführt. Das Personal des Stadtbüros hat jeweils serviert und es gab zum Schluss eine Pubtour; Quartiervereine sind am Anlass präsent, die Tische werden nach Quartieren gruppiert.</li> <li>– Online Anmeldungen erhalten ein Bestätigungsmail und einen Link, wo sie sich informieren können. Auch sie können das Infopaket und die Gratiseintritte persönlich abholen.</li> </ul>
Interventionen/Wirkungsweise	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Zugeschnittenes Infopaket</li> <li>– Einzelne Gratiseintritte zum Ausprobieren (Freibad, Kasino, Historisches Museum)</li> </ul>
Thema Umwelt, Verkehr, Klima	<ul style="list-style-type: none"> <li>– SBB Reisezentrum Baden</li> <li>– Flyer Tarifverbund</li> <li>– Entsorgungskalender</li> <li>– Kunststoffentsorgung</li> <li>– Kaliumiodid Tabletten</li> </ul>
Informationen für unterschiedliche Zielgruppen	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Integrationsförderung: Willkommensgespräch in der Muttersprache</li> <li>– Flyer Feuerwehr wird nur feuerwehrpflichtigen Personen abgegeben</li> <li>– Informationen werden je nach Bedürfnissen am Schalter zusammengestellt</li> <li>– Umziehende erhalten kein Paket</li> </ul>
Erfahrungen bezüglich Wirkung	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Kein systematisches Festhalten von Wirkungen</li> <li>– Leute sind positiv erstaunt über Grosszügigkeit (Eintritte, Gutscheine)</li> </ul>

<b>Baden</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Anlass ermöglicht unkomplizierten Austausch</li> <li>– Gutscheine und niederschwellige Angebote kommen besonders gut an</li> </ul>
Spezielles	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Drittmeldepflicht</li> </ul>

Tabelle 11: Baden

<b>Wettingen</b>	
Interviewpartner	Walter Allemann, Leiter Einwohnerdienste
Informationen und Angebote	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Willkommensmappe (wird am Schalter bei der Anmeldung abgegeben)</li> <li>– Einmal pro Jahr ein Zuzieher/innenapéro</li> </ul>
Interventionen/Wirkungsweise	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Infopaket am Schalter</li> <li>– Gutschein für Sport- und Erholungszentrum</li> <li>– Gutscheine des lokalen Gewerbes</li> </ul>
Thema Umwelt, Verkehr, Klima	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Entsorgungsplan (wird am häufigsten verlangt)</li> <li>– Informationen und Fahrplan Tarifverbund</li> <li>– Wanderungen</li> <li>– Information badenmobil</li> <li>– Bezugsschein Kaliumiodid Tabletten</li> </ul>
Informationen für unterschiedliche Zielgruppen	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Integrationsförderung Kanton Aargau</li> <li>– Umziehende erhalten kein Paket</li> </ul>
Erfahrungen bezüglich Wirkung	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Kein systematisches Festhalten von Wirkungen</li> <li>– Wegen der Fülle der Information wird vermutlich vieles am Willkommenspaket nicht beachtet</li> <li>– Zuzieher/innenapéro wird geschätzt (von 1014 eingeladenen Personen haben 114 teilgenommen)</li> <li>– Der Entsorgungsplan wird am häufigsten verlangt</li> </ul>
Spezielles	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Drittmeldepflicht</li> </ul>
Offene Fragen	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Wie kann man Leute gut abholen, die sich online anmelden (z.B. Wettbewerbe)?</li> <li>– Zeitpunkt: vielleicht ist es sinnvoller, ein Monat nach dem Umzug auf Leute zugehen (Anmeldung ist mit Bürokratie verbunden. Zuziehende haben keine Kapazität für andere Informationen)</li> <li>– Sollten Informationen auf Bedürfnisse zugeschnitten werden, damit sie eher wahrgenommen werden?</li> </ul>

Tabelle 12: Wettingen

<b>Basel</b>	
Interviewpartner	Dieter Hofbauer, Leiter Stabsabteilung, Bevölkerungsdienste und Migration, Bevölkerungsamt
Informationen und Angebote	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Persönliches Begrüssungsgespräch (CH/EU/EFTA-Angehörige können sich auch online melden).</li> <li>– Willkommensunterlagen Staatskanzlei</li> <li>– Webkey Bevölkerungsamt zu allen Infos rund um Zuzug (Bewilligungen, Bescheinigungen, Entsorgung, eine Vielzahl an Gutscheinen etc.). Für Online-Anmeldungen.</li> <li>– Begrüssungsveranstaltung Schiffahrt und im Rathaus (jeweils fakultativ): Beratungen zu Themen wie Arbeitsrecht, Aufenthaltsbewilligung, Bildungssystem, Gesundheitswesen, Sozialversicherungen und Steuersystem; Freizeittipps</li> <li>– Stadtrundgang für Zuziehende</li> <li>– Zweite Gesprächseinladung an fremdsprachige Personen nach rund zwölf Monaten</li> </ul>
Interventionen/Wirkungsweise	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Fokus auf Willkommenskultur</li> <li>– Fokus auf Integration von Ausländer/innen (Sprachkursgutscheine, erneute Gesprächseinladung nach einem Jahr)</li> </ul>
Thema Umwelt, Verkehr, Klima	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Infos über alle Mobilitätsangebote (teilweise mit Gutscheinen, z.B. ÖV-Ticket)</li> <li>– Umfangreicher Entsorgungsleitfaden</li> </ul>

Basel	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>– In der Willkommensmappe hat es Web-Adressen und Kontaktangaben zu energierelevanten Themen (Abfalleitfaden, Mobilität).</li> </ul>
Informationen für unterschiedliche Zielgruppen	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Im Groben können drei unterschiedliche Zielgruppen unterschieden werden: Schweizer/innen (vor allem Studierende), Expats (grosse Chemiefirmen) und andere Personen mit ausländischer Herkunft</li> <li>– Begrüssungsgespräch: für Personen, die aus dem Ausland zuziehen obligatorisch, sonst fakultativ</li> <li>– Gutschein für ein 80-stündigen Sprachkurs bei Ausländer/innen mit fehlenden Deutschkenntnissen.</li> <li>– Die Begrüssungsgespräche werden aufgrund von Vorinformationen (Mietvertrag, Arbeitsstelle, Herkunft, Sprachkenntnisse etc.) individuell gestaltet.</li> </ul>
Erfahrungen bzgl. Wirkungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Kein systematisches Festhalten von Wirkungen</li> <li>– Leute sind bzgl. Umzug zu stark beschäftigt, als dass sie sich um Umwelt/Energie kümmern könnten/würden.</li> <li>– Unterschiedliche Zielgruppen informieren sich unterschiedlich: Expats haben oft Relocation Agents der Firmen, andere Ausländer/innen sind froh um Informationen und überrascht von der guten Betreuung (1-Jahres-Gespräch).</li> <li>– Gesprächs-/Veranstaltungsangebote werden gut besucht.</li> </ul>
Fokus und spezielle Features	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Personen können sich vor dem Umzug melden; zukünftige Wohnadresse muss bekannt sein. Max. 90 Tag im Voraus; wird oft genutzt.</li> <li>– Drittmeldepflicht</li> <li>– Zuziehende vom Ausland werden nach 1 Jahr nochmals zum Gespräch eingeladen</li> </ul>

Tabelle 13: Basel

## A-2 Informationsblatt für Interviewanfragen bei Vertretern/innen Städte: Wohnungsumzüge als "window of opportunity" für Gewohnheitsänderungen im Energiebereich

<b>Ausgangslage</b>	<p>Das 10-jährige Forschungsprogramm «Energieforschung Stadt Zürich» (EFZ; <a href="https://www.energieforschung-zuerich.ch">https://www.energieforschung-zuerich.ch</a>) will herausfinden, was Haushalte vermehrt zum Energiesparen bringt.</p> <p>Energierrelevantes Verhalten ist oft Gewohnheitsverhalten, wobei Verhalten und Rahmenbedingungen eng ineinander verzahnt sind: Wissenschaftliche Studien im Bereich Verhalten und Gewohnheiten betonen die Relevanz des Kontextes, in dem ein Verhalten eingebettet ist. Sogenannte «Disruptionen» des Kontextes sind eine vielversprechende Gelegenheit, Gewohnheiten anzupassen. Ein Wohnungswechsel ist ein derartiger Zeitpunkt, in welchem Personen ihre Routinen überdenken und anpassen. Daher stellt die Umzugsphase ein Interventionszeitfenster zur Änderung von Gewohnheitsverhalten dar: Städtische Kampagnen oder Angebote zur Reduktion des Energieverbrauchs durch Verhaltensänderungen sind innerhalb dieses Fensters potenziell besonders wirksam.</p>
<b>Ziele der Studie</b>	<p>Ziel dieser EFZ-Studie ist es, qualitative Grundlagen zu erarbeiten, um wirksame Interventionen zur Förderung von ressourcenschonenden Verhaltensweisen und Gewohnheiten nach einem Umzug entwickeln zu können.</p>
<b>Vorgehen</b>	<p>Wir gehen wie folgt vor</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Analyse Umzugspakete in Schweizer Städten: Wir möchten in der Stadt Zürich und in ausgesuchten weiteren Städten analysieren, welche Informationen und Angebote Zuziehende und Umziehende von der Stadt erhalten.</li> <li>✓ Analyse Erfahrungen: zusätzlich möchten wir analysieren, welche Erfahrungen Städte mit diesen Umzugspaketen gemacht haben und wie sie deren Wirkung einschätzen.</li> </ul> <p>Dazu führen wir im Frühling und Sommer 2019 mit Vertreter/innen aus Schweizer Städte Interviews durch.</p> <p>Parallel dazu analysieren wir die Entscheidungsprozesse von Privatpersonen beim Umziehen. Dazu interviewen wir Personen, die einen Umzug planen oder kürzlich umgezogen sind.</p>
<b>Nutzen für Städte und Gemeinden</b>	<p>Die Studie unterstützt die Stadt Zürich wie auch andere Städte und Gemeinden darin,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ einzuschätzen, ob bei umziehenden oder zuziehenden Haushalten durch gezielte Interventionen Änderungen der Gewohnheiten motiviert werden können, die sich positiv auf den Energieverbrauch auswirken.</li> <li>✓ die entscheidenden Zeitpunkte, Akteure und Inhalte im Umzugsprozess für Interventionen erkennen zu können.</li> </ul> <p>Ein über die Webseite von Energieforschung Stadt Zürich verfügbarer Bericht wird die zentralen Erkenntnisse zusammenfassen.</p>
<b>Kontakt</b>	<p>Für Fragen stehen Ihnen Corinne Moser (<a href="mailto:corinne.moser@econcept.ch">corinne.moser@econcept.ch</a>, 044 286 75 53) und Jürg Artho (<a href="mailto:jueg.artho@uzh.ch">jueg.artho@uzh.ch</a>, 044 635 72 75) gerne zur Verfügung.</p>

## A-3 Leitfaden Städte und Gemeinde

### *Fragen zum Einstieg*

1. Was ist Ihre Aufgabe in der Stadt/Gemeinde [Stadt/Gemeinde]?
2. Inwiefern haben Sie in Ihrem Alltag mit dem Thema Zuzug und Umzug zu tun?

### *Fragen zum Zuzug und Umzug*

3. Zu welchem Zeitpunkt erfährt die Stadt/Gemeinde [Stadt/Gemeinde] von Umzügen und Zuzügen?
4. Erfährt die Stadt bereits frühzeitig von einem bevorstehenden Umzug oder Zuzug? Z.B. bei Voranmeldungen in Neuüberbauungen oder auf elektronischem Weg?
5. Gibt es die Möglichkeit, sich auf elektronischem Weg anzumelden, und wenn ja: bietet sich die Möglichkeit, bei frühzeitigen Meldungen Kontakt aufzunehmen?

### *Fragen zu Informationen und Angeboten für Umziehende und Zuziehende*

6. Welche Informationen und Angebote erhalten Zuzieher/innen in [Stadt/Gemeinde]? (z.B. Zuzieher/innenmappe, Apéro). Welche Materialien werden nur am Schalter verteilt? Welche werden bei elektronischen Umzugsmeldungen verteilt?
7. Gibt es einen Unterschied zwischen Zuzieher/innen und Umziehenden (innerhalb der Stadt)? Wenn ja, welchen?
8. Gibt es Unterschiede bzgl. anderer Gruppierungen (z.B. Ausländer/innen / Schweizer/innen; Wohnquartier, Alter der Zuziehenden)?
9. Wer entscheidet, welche Inhalte in die Willkommens-Unterlagen gelangen?
10. Spielen hierbei Überlegungen im Bereich Umwelt, Klima, Energie, Mobilität, Konsum in diesem Zusammenhang eine Rolle? Wenn ja, welche? Wenn nein, warum nicht?
11. Sind in den Unterlagen Informationen oder Angebote zu umweltrelevanten Verhaltensweisen vorhanden, falls ja, welche? (z.B. Informationen, Anreize wie Gratistickets für den ÖV)

### *Wirkungen von Angeboten und Informationen*

12. Haben Sie Rückmeldungen zu den Informationen und Anlässen (z.B. Willkommensmappe, Willkommensapéro) erhalten? Wenn ja, welche?
13. Welche Wirkungen haben die Informationen oder Anlässe aus Ihrer Perspektive bei den Zu- und Umziehenden?

### *Erfahrungen der Städtevertreter/innen*

14. Aus Ihrer Erfahrung: Ist der Zuzug oder Umzug ein geeigneter Zeitpunkt, um auf die Zuziehenden / Umziehenden zuzugehen und sie zu sensibilisieren bzgl. Umwelt, Klima, Energie, Mobilität, Konsum? Wenn ja, warum? Wenn nein, warum nicht?
15. Welche Instrumente/ Strategien sind Ihrer Erfahrung gemäss besonders vielversprechend, um auf Zuziehende / Umziehende zuzugehen?

### *Zusammenarbeit mit anderen Akteuren/innen*

16. Arbeiten Sie mit Akteuren/innen zusammen, um die Zuzieher/innen / Umzieher/innen zu erreichen? Wenn ja, mit welchen? (z.B. Energieversorgungsunternehmen, Wohnbaugenossenschaften, andere Eigentümerschaften, Quartiervereine, lokales Gewerbe, etc.)

### *Abschluss*

17. Gibt es weitere Städte/Gemeinden, die aus Ihrer Sicht für die Studie wichtig wären?
18. Haben Sie weitere Anliegen, die wir bis anhin noch nicht angesprochen haben?

**Vielen Dank für das Gespräch!**

## A-4 Leitfaden Umziehende

### *Einstieg: Fragen zu Ihrer Person und zu Ihrer aktuellen Situation*

1. In welcher Konstellation leben Sie aktuell (in der alten Wohnung)?
2. Verfügen und Sie aktuell über ein Auto [eigenes, mobility, etc.]? Wie oft nutzen Sie dieses?
3. Verfügen Sie aktuell über ein Abo des öffentlichen Verkehrs? Wie oft nutzen Sie dieses?
4. Wie "frei" sind Sie bei der Wahl Ihres Wohnorts? Damit meinen wir: Gibt es bestimmte Rahmenbedingungen, die bei der Wahl des neuen Ortes eine Rolle spielten (z.B. Arbeitsplatz der Haushaltsmitglieder, Ausbildungsplätze, Rollstuhlgängigkeit, finanzielle Einschränkungen, etc.)
5. Wo wohnen Sie aktuell bzw. wo haben Sie vor dem Umzug gewohnt? Wohnort bzw. Quartier falls Stadt Zürich
6. Wann werden Sie umziehen? Bzw. wann sind Sie umgezogen?
7. In welches Quartier werden Sie zügeln / sind sie gezügelt?
8. In welcher Konstellation werden Sie in der neuen Wohnung leben? [z.B. in eine WG, Zusammenzug mit Partner/in, grössere Wohnung für Familie]
9. Wohnen Sie am neuen Ort zur Miete oder haben Sie die Wohnung / das Haus gekauft?
10. Was war der wichtigste Grund für den Entscheid, zu zügeln?
11. Wieso ziehen Sie in die Stadt Zürich?

### *Entscheidungsprozesse*

12. Alles in allem: Welche Entscheidungen waren oder sind für Sie die wichtigsten im Umzugsprozess? [Auswahl falls nichts kommt: z. B. Entscheidung für ein bestimmtes Wohnquartier, Entscheidungen zur Mobilität, etc.]
13. Wann haben Sie sich zum ersten Mal damit auseinandergesetzt, umzuziehen?
14. Wann haben Sie sich für den Wohnort und Wohnquartier entschieden? Welche Faktoren waren diesbezüglich besonders wichtig für Ihre Entscheidung?
15. Wann haben Sie sich für die spezifische Wohnung bzw. das spezifische Haus entschieden? Welche Faktoren waren diesbezüglich besonders wichtig für Ihre Entscheidung?
16. Wann haben Sie sich mit der Frage beschäftigt, ob Sie ein Auto / GA / E-Bike, etc. benötigen?

17. Wann haben Sie sich mit Fragen zur Mobilität beschäftigt (z.B. wie Sie zur Ausbildungs- oder Arbeitsstelle gelangen)? Welche Faktoren waren diesbezüglich besonders wichtig für Ihre Entscheidung?
18. Wann haben Sie sich mit Fragen zum Einkaufen beschäftigt (z.B. wo Sie einkaufen möchten, wie Sie dort hingelangen, wie sie die Einkäufe transportieren, etc.? Welche Faktoren waren diesbezüglich besonders wichtig für Ihre Entscheidung?
19. Haben Sie sich mit weiteren Fragen beschäftigt? [ggf. nachhaken falls nichts kommt: Z.B. neuen Geräten oder Möbeln, dem Strommix am neuen Ort, der Einkaufssituation am neuen Ort, etc.]. Welche Faktoren waren diesbezüglich besonders wichtig für Ihre Entscheidungen?
20. Gibt es Entscheidungen, die aktuell noch offen sind? Wenn ja, welche?

#### *Informationen und Akteure/innen*

21. Gab es Informationen oder Angebote, die für Sie besonders wertvoll waren bzw. sind in ihrem Umzugsprozess?
- Weshalb war diese wertvoll?
  - Wann haben Sie diese erhalten?
  - Von wem haben Sie diese erhalten?
22. Hätten Sie sich mehr Informationen oder Angebote gewünscht bzw. wünschen Sie sich mehr Informationen oder Angebote?
- Wenn ja: zu welchen Themen?
  - Zu welchem Zeitpunkt?
  - Von wem sollen diese Informationen kommen?
23. Welche Informationen oder Angebote wünschen Sie sich von der Wohngemeinde ihres neuen Wohnorts bzw. von Ihrem Wohnquartier?

#### *Abschluss*

24. Falls sie schon einmal umgezogen sind: Haben sich bei Ihnen gewisse Gewohnheiten durch den Umzug geändert? Welche? Auf welche Weise? Haben Sie eine Idee, weshalb dies der Fall sein könnte? [Auswahl falls nichts kommt: z.B. mit dem Auto zur Arbeit fahren statt wie bis anhin mit dem Bus, auf dem Markt einkaufen statt wie bisher im Lebensmittelladen]
25. Gibt es aus Ihrer Sicht noch eine Ergänzung, oder etwas Wichtiges, was Sie uns noch mitgeben möchten?