



Akzeptanzfaktoren klimapolitischer Maßnahmen

Synthese politisch relevanter Forschungsergebnisse und Schlussfolgerungen

// Dirk Arne Heyen & Lara Schmitt (Öko-Institut)

Erstellt im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK).

Gegenstand des Policy Briefs ist die Synthese sozialwissenschaftlicher Erkenntnisse über Einflussfaktoren der Akzeptanz klima- und umweltpolitischer Maßnahmen (-Vorschläge). Der Fokus liegt auf politisch beeinflussbaren Akzeptanzfaktoren (Policy Design, Kommunikation, Vorgehen) und somit der Ableitung von praktischen Empfehlungen für Politik, Verwaltung und beratende Akteure im Zuge der Entwicklung von klimapolitischen Instrumenten.

Zentrale Empfehlungen rund um das Policy Design:

- **Instrumente, die Infrastrukturen oder Unternehmen adressieren, oder den Bürger*innen positive Anreize zu Klimaschutzhandeln setzen und ein Gefühl der Selbstwirksamkeit befördern**, haben Akzeptanzvorteile gegenüber Instrumenten, die mit direkten Einschränkungen und v.a. mit Kosten und Belastungen für Bürger*innen verbunden sind.
- **Zur Erreichung der Klimaschutzziele notwendige Preis- oder ordnungsrechtliche Instrumente sollten so ausgestaltet und in Maßnahmenpakete eingebettet sein, dass sie v.a. finanziell nicht überfordern** bzw. als Überforderung wahrgenommen werden. Bei Gesetzesvorschlägen sollten Förderbedingungen parallel erarbeitet und kommuniziert werden.
- Zudem empfiehlt sich die **gezielte Unterstützung einkommensschwacher oder aus anderen Gründen vulnerabler Haushalte, die sich nicht alleine aus einem „fossilen Lock-in“ befreien** können. Förderprogramme sollten stärker als bisher soziale Bedarfskriterien berücksichtigen.

- **Die durch ein Instrument angestrebten Verhaltensweisen oder Investitionen sollten möglichst einfach umsetzbar gemacht werden.** Wenn beispielsweise die Autonutzung eingeschränkt oder verteuert wird, muss der ÖPNV attraktiver werden.
- Grundsätzlich empfiehlt es sich, **im Zuge der Ausarbeitung neuer Push-Instrumente oder ihrer Verschärfung mit darauf fokussierten Befragungen zu erforschen, welche Ausgestaltungsoptionen auf mehr oder weniger Zustimmung stoßen.**

Zentrale Empfehlungen rund um die Kommunikation:

- **Wichtige Informationen zu akzeptanzrelevanten Aspekten (z.B. Effektivität, Co-benefits, Kosten, Verteilungswirkungen, Zweckbestimmung der Einnahmen) sollten frühzeitig und allgemein verständlich kommuniziert** werden, auch um Desinformation entgegenzuwirken. Dabei können auch persönliche Geschichten und alltagsnahe Umsetzungsbeispiele eine Rolle spielen.
- Neben dem Klimaschutznutzen sollten mindestens ebenso sehr die **gesellschaftlichen oder persönlichen Co-benefits betont** werden. Welche Argumente bei einem konkreten Instrument besonders überzeugen, wird idealerweise vorab untersucht – auch getrennt nach verschiedenen Bevölkerungsgruppen.
- Die **Kommunikation sollte von einer breiten Akteursallianz** erfolgen – mit Akteuren, die **unterschiedliche Interessen vertreten und verschiedene Bevölkerungsgruppen ansprechen.** Nach Möglichkeit beinhaltet die Akteursallianz auch Stimmen aus der Lebenswelt der Menschen, wie z.B. dem Handwerk.
- Der Akteur, der ein Politikinstrument vorschlagen will, bzw. die Akteursallianz, sollte **proaktiv kommunizieren**, bevor der Diskurs von anderen dominiert werden kann.
- Es sollte auf **Schlagwörter verzichtet werden, die mit bestimmten sozialen Gruppen / Identitäten verbunden werden**, von denen sich andere Gruppen abgrenzen. Stattdessen können **verbindenden Werte** (z.B. Gerechtigkeit, Sicherheit) kommuniziert werden. Eine zielgruppenspezifische Ansprache sollte wiederum auf die **Werte des jeweiligen Milieus** abgestimmt sein.
- **Bei mehrheitlicher Zustimmung zu einer geplanten Maßnahme in repräsentativen Umfragen empfiehlt sich, dies aktiv zu kommunizieren.** Gleiches gilt für den Fall, dass **ähnliche Maßnahmen bereits andernorts eingeführt wurden oder zeitgleich eingeführt werden sollen.**
- Es sollte auf eine **breite Vielfalt an Medien, Kanälen und Formaten** gesetzt werden.

Zentrale Empfehlungen rund um das Vorgehen:

- **Bürger*innen sollten in jeweils passender Art und Weise frühzeitig beteiligt werden.** Dabei sind u.a. niedrighschwellige Angebote, evtl. auch gezielt aufsuchende Verfahren, und Transparenz über die Einflussmöglichkeiten wichtig.
- **Angesichts der Bedeutung mancher Akteure als Vertrauenspersonen der Bürger*innen (z.B. Handwerker*innen) sollten diese in besonderem Maße und evtl. in Form eigener Formate beteiligt werden, sowohl während als auch nach dem Gesetzgebungsprozess.**
- Es sollte überlegt werden, ob es sinnvoll sein könnte, **das Instrument im Rahmen einer „Testphase“ einschließlich (Zwischen-)Evaluation einzuführen.**
- Außerdem sollte **geprüft werden, ob das Instrument zusammen mit anderen Jurisdiktionen eingeführt werden kann.**

Inhaltsverzeichnis

1	Vorbemerkungen: Gegenstand, Grundlage und Gliederung dieses Policy Briefs	4
2	Aktuelle gesellschaftliche Stimmungslage beim Klimaschutz	5
3	Akzeptanzfaktor Policy-Design: Auswahl & Ausgestaltung von Instrumenten	8
4	Akzeptanzfaktor Kommunikation: Informationen und Framing	13
5	Akzeptanzfaktor Vorgehen: Partizipation, Testphasen, Timing	17
6	Literaturverzeichnis	19

1 Vorbemerkungen: Gegenstand, Grundlage und Gliederung dieses Policy Briefs

- **Die Transformation zu einer nachhaltigen Wirtschaft und Gesellschaft funktioniert nur mit ausreichender Unterstützung der Bevölkerung.** Die Debatten um das Gebäudeenergiegesetz und Subventionskürzungen für Landwirt*innen haben gezeigt, dass klima- und umweltpolitische Maßnahmenvorschläge auf viel Unverständnis und Widerstand stoßen können (auch medial angefacht).
- Um gesellschaftlich tragfähige Maßnahmenvorschläge zu entwickeln und geeignet zu kommunizieren, ist es **wichtig, die politischen Einstellungen und Erwartungen der Bevölkerung gut zu kennen.**
- **Gegenstand dieses Policy Briefs ist daher die prägnante Synthese von sozialwissenschaftlichen Erkenntnissen zu Einflussfaktoren der gesellschaftlichen Akzeptanz von klima- und umweltpolitischen Maßnahmen-/Instrumenten-Vorschlägen. Der Fokus liegt dabei auf politisch beeinflussbaren Akzeptanzfaktoren (Policy Design, Kommunikation, Vorgehen)** (s. auch Heyen und Wicki 2024) und somit der Ableitung von praktischen Empfehlungen für Politik, Verwaltung und beratende Akteure im Zuge der Entwicklung von klima- und umweltpolitischen Instrumenten.
- Unter „Akzeptanz“ wird hier eine positive, zustimmende **Einstellung** von Menschen (nicht von Organisationen) zu Politikinstrumenten (-Vorschlägen) verstanden. Im Folgenden wird auch von „Zustimmung“ bzw. „Ablehnung“ gesprochen. Eine zustimmende oder ablehnende Einstellung kann, muss aber nicht zu aktiven Handlungen (z.B. Teilnahme an Demonstrationen) führen. Angaben zu einer hohen oder geringen Akzeptanz beziehen sich auf den Anteil zustimmender bzw. ablehnender Bewertungen der in Studien befragten Personen.
- Der Policy Brief basiert v.a. auf empirischen Einstellungs- und Akzeptanzstudien zur Klimapolitik, die i.d.R. mit Bevölkerungsbefragungen arbeiten, teilweise auch qualitativen Methoden wie Fokusgruppen oder Fallstudien. Die Hauptgrundlage bilden internationale Meta-Studien (vgl. Heyen und Wicki 2024; Drews und van den Bergh 2016; Bergquist et al. 2022) und die aktuellsten Studien zu Deutschland (Detsch 2024; Gagné 2024; Hagemayer et al. 2024; Holzmann und Wolf 2023; Mau et al. 2023; pollytix 2024; Uni Erfurt et al. 2024). Da sich Fokus und Fragestellungen zwischen den Studien unterscheiden, sind ihre Ergebnisse nur begrenzt vergleichbar. Ergänzend wurden Befunde aus der umweltpsychologischen Forschung zur Motivation von umweltfreundlichem Verhalten und aus dem Bereich Klimakommunikation integriert. Hier stehen zwar Politikinstrumente und ihre Akzeptanz i.d.R. nicht im Fokus, doch sind einige Erkenntnisse auch dafür interessant.
- Es sollte klar sein, dass sich Befunde zu Zustimmungswerten auch aus repräsentativen Studien nicht 1:1 auf die politische Praxis übertragen lassen.¹ Es ergeben sich aber wertvolle Hinweise, was tendenziell zu mehr oder weniger Zustimmung führt. Es sollte zudem klar sein, dass die (in der Politik wahrgenommene)

¹ Neben üblichen methodischen Herausforderungen (z.B. bzgl. Repräsentativität, sozialer Erwünschtheit von Antworten) kann sich die politisch-öffentliche Debatte seit der Studie geändert haben und etwaige Argumente / Narrative gegen Klimaschutzinstrumente spielen v.a. in Befragungen oft eine geringe Rolle, während in der Realität Gegner*innen oft lauter sind als Befürworter*innen.

Akzeptanz in der Bevölkerung ein wichtiger, aber nicht der einzige Einflussfaktor der politischen Durchsetzbarkeit von Klimaschutzinstrumenten ist.²

- Der Policy Brief gliedert sich in folgende Abschnitte:
 - Aktuelle gesellschaftliche Stimmungslage beim Klimaschutz (Kap. 2),
 - Akzeptanzfaktor Policy-Design: Auswahl & Ausgestaltung von Politikinstrumenten (Kap. 3),
 - Akzeptanzfaktor Kommunikation: Informationen und Framing (Kap. 4),
 - Akzeptanzfaktor Vorgehen: Partizipation, Testphasen und Timing (Kap. 5).

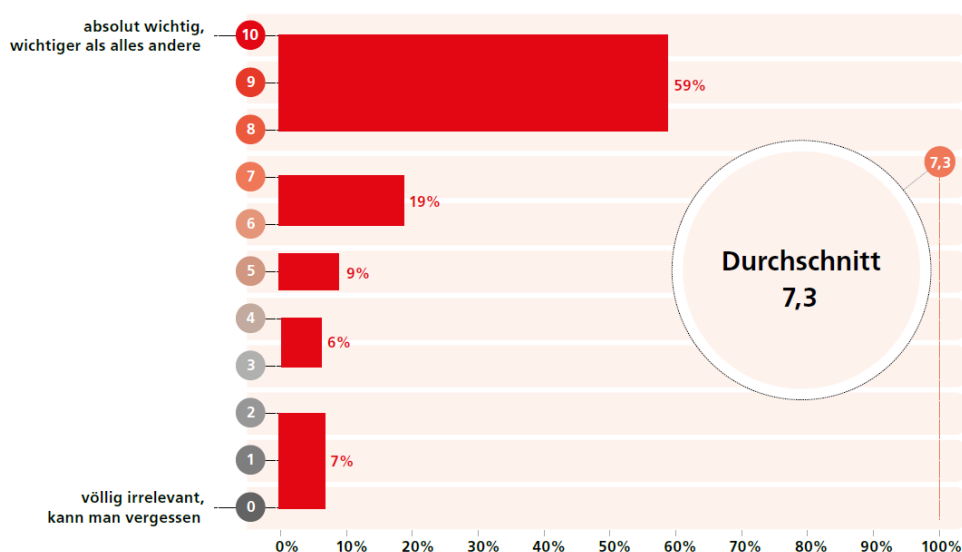
In den Abschnitten zu den drei Akzeptanzfaktoren finden sich am Ende jeweils einige grundsätzliche Schlussfolgerungen / Empfehlungen sowie wichtiger Forschungsbedarf (eine ausführliche Liste an Forschungsfragen in dem Themenfeld findet sich bei Heyen & Wicki (2024)).

2 Aktuelle gesellschaftliche Stimmungslage beim Klimaschutz

- **Der Klimawandel ist weiterhin ein wichtiges Thema für die Mehrheit der Bevölkerung in Deutschland.** Auf einer Skala von 0 („völlig irrelevant“) bis 10 („absolut wichtig“) wählten in einer Befragung letztes Jahr (2023) 59 % der Befragten die Werte 8 bis 10. Der Mittelwert lag bei 7,3 (Detsch 2024; s. auch Abbildung 1). Zwar meinten in derselben Studie 38 %, es werde vieles sehr übertrieben, wenn es um die Folgen des Klimawandels geht (ebd.). Aber **klare Mehrheiten sehen den Klimawandel als Bedrohung**, sind besorgt bzw. haben Angst vor den Folgen des Klimawandels (ebd.; BMUV & UBA 2023; Holzmann & Wolf 2023; Mau et al. 2023).

Abbildung 1: Bedeutung des Themas Klimawandels in der Bevölkerung

Für wie wichtig halten Sie persönlich das Thema Klimawandel für Deutschland, auf einer Skala von 0 bis 10?



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

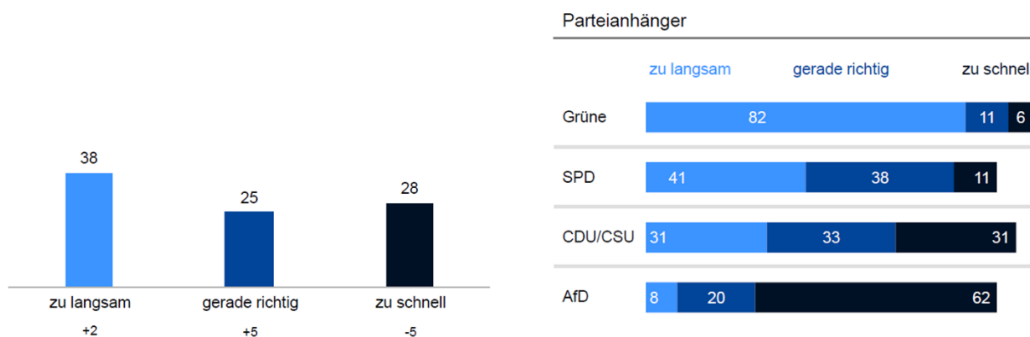
Quelle: Detsch 2024

² Weitere Einflussfaktoren auf die politische Durchsetzbarkeit sind u.a. Interessen, Macht und strategisches Verhalten von politischen Akteuren, das gesellschaftliche Mobilisierungspotenzial unterschiedlicher Akteure und der verfassungsrechtliche Rahmen (vgl. Heyen et al. 2021, S. 12 ff.).

- Bei der Frage nach den wichtigsten Problemen, um die sich die Politik kümmern sollte, hat der Klimaschutz seine zwischenzeitliche Spitzenposition verloren (an die Themen Migration, Krieg/Sicherheit, und/oder Wirtschaft) – gehört aber immer noch zu den am häufigsten genannten (Detsch 2024; infratest dimap 2024; pollytix 2024).
- Insgesamt bestehen in der Gesellschaft derzeit eine deutliche „Krisenerschöpfung“, ein wachsendes Überforderungsgefühl und wachsender Zukunftspessimismus, was die Veränderungsbereitschaft der Menschen senkt und u.a. die Vermittlung von Klima- und Umweltpolitik herausfordernder macht (pollytix 2024).
- Die Politik wird zusammen mit der Wirtschaft in der Hauptverantwortung für den Klimaschutz gesehen, aber das Vertrauen in Politik und Regierung die Probleme lösen zu können, ist in den letzten Jahren massiv gesunken (Hagemeyer et al. 2024; pollytix 2024).
- Auch wenn die Trigger-Studie von Mau et al. (2023) eine eher geringe Polarisierung der deutschen Bevölkerung beim Thema Klima-/Umweltschutz feststellte, so gibt es doch eine relativ starke Polarisierung bei der Frage, ob es beim Klimaschutz in Deutschland zu schnell oder zu langsam geht (infratest dimap 2023; s. auch Abbildung 2) bzw. ob die Anstrengungen der Bundesregierung beim Klimaschutz zu groß oder zu gering sind (Hagemeyer et al. 2024; pollytix 2024).³ Dabei gibt es große Unterschiede zwischen verschiedenen gesellschaftlichen Milieus (ebd.) bzw. den Anhängerschaften unterschiedlicher Parteien (s. Abbildung 2). Klimaschutz gehört zudem zu den Themen mit der größten „affektiven Polarisierung“, was negative Haltungen gegenüber Personen mit abweichender Meinung bezeichnet (Herold et al. 2023).

Abbildung 2: Bewertung des Veränderungstempos beim Klimaschutz in Deutschland

ARD-DeutschlandTREND Dezember 2023
Veränderungstempo beim Klimaschutz in Deutschland



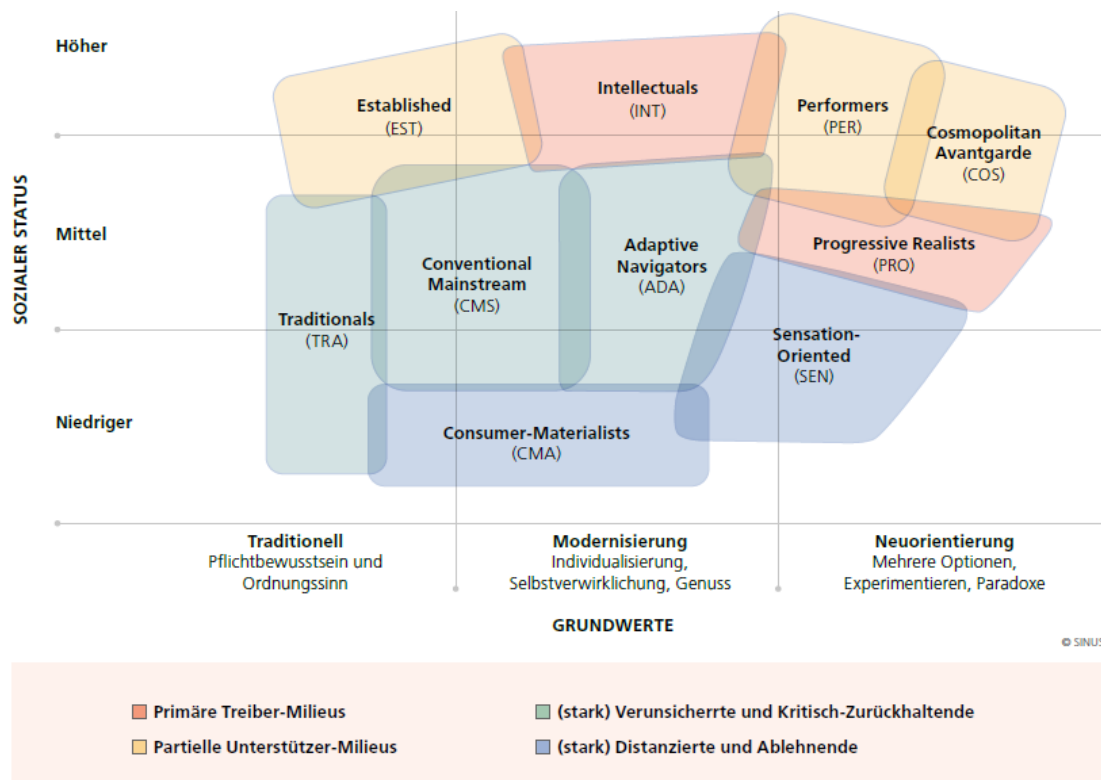
Damit Deutschland seine Klimaziele erreichen kann, sind in den kommenden Jahren viele Veränderungen nötig. Gehen Ihnen die Veränderungen beim Klimaschutz in Deutschland zu langsam, zu schnell oder ist das Tempo der Veränderungen gerade richtig so?

Quelle: infratest dimap 2023

³ Weniger polarisiert war es in einer anderen Studie, wonach 59 % meinten, die Bundesregierung tue zu wenig, um den Klimawandel zu bewältigen, und nur 18 % meinen, die Regierung tue zu viel (Detsch 2024).

- Generell gibt es bei klimapolitischen Einstellungen **deutliche Unterschiede zwischen verschiedenen gesellschaftlichen Milieus** (Detsch 2024; Hagemayer et al. 2024; Melloh et al. 2022; pollytix 2024). Währenddessen **beeinflussen soziodemografische Merkmale die Einstellungen nur geringfügig** (s. die internationalen Meta-Studien von Bergquist et al. (2022) und Ejelöv und Nilsson (2020) sowie aktuell für Deutschland auch Schleer et al. (2024)). Mit Blick auf die SINUS-Milieus (d.h. gesellschaftliche Gruppen Gleichgesinnter mit ähnlichen Werten und sozialer Lage) gibt es vorrangig zwei Treiber-Milieus („Intellektuelle“ und „progressive Realisten“) für den „sozialökologischen Wandel“ und drei unterstützende Milieus (s. Abbildung 3). Dem derzeit eher skeptischen Milieu der jungen modernen Mittelschicht („Adaptive Navigators“) wird eine Schlüsselrolle zugeschrieben, auch weitere Milieus vom Wandel zu überzeugen (ebd.; Detsch 2024).

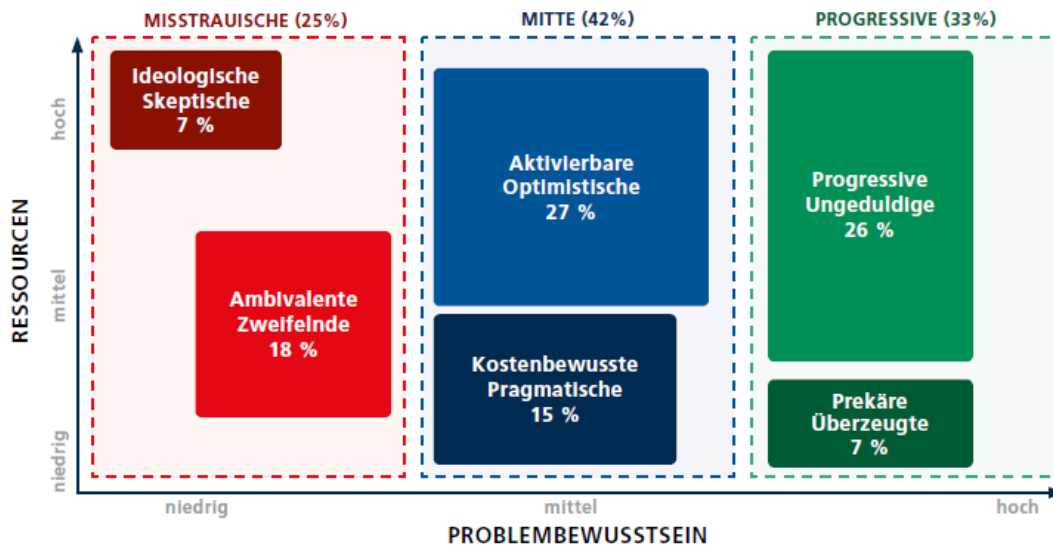
Abbildung 3: SINUS-Milieus und ihre Unterstützung für den „sozialökologischen Wandel“



Quelle: Detsch 2024 - © SINUS

Abbildung 4 zeigt eine auf Umwelt-/Klimaschutz fokussierte Segmentierung der Bevölkerung entlang der Stärke des Problembewusstseins („Wie groß schätze ich das Problem ein und wie dringend muss meiner Auffassung nach dagegen vorgegangen werden?“) und der für die Auseinandersetzung mit dem Thema verfügbaren Ressourcen (finanziell, zeitlich, kognitiv) (pollytix 2024).

Abbildung 4: Bevölkerungssegmente entlang von Problembewusstsein und Ressourcen



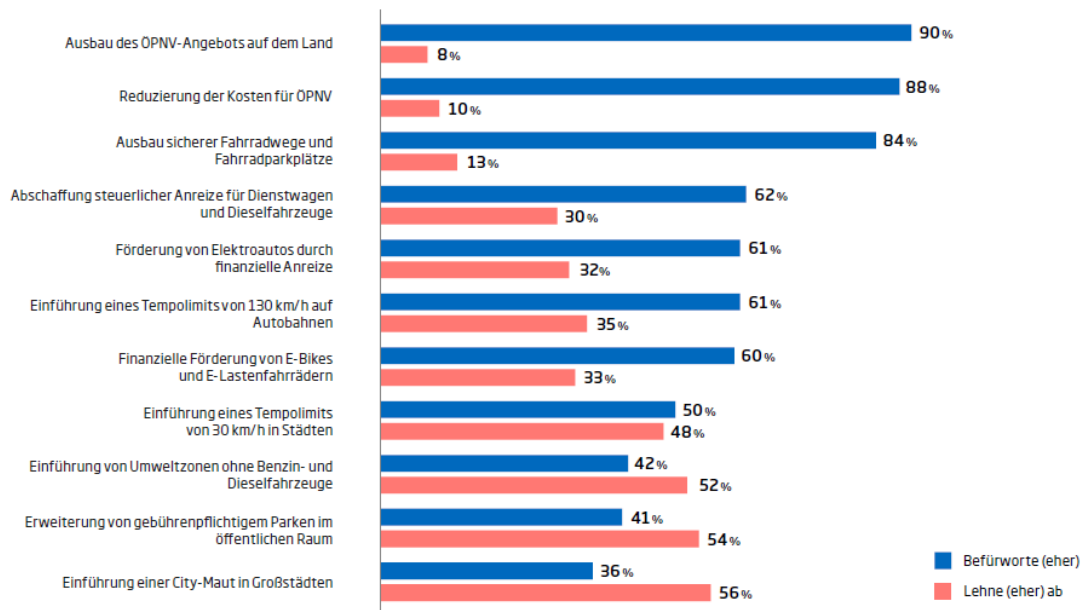
Quelle: Hagemeyer et al. 2024, auf Basis einer Befragung der pollytix strategisch research gmbh

- **Die aktuelle Klimapolitik bzw. Energie- und Verkehrswende werden von einer Mehrheit (teilweise zwei Dritteln) als „ungerecht“ empfunden** (Detsch 2024; Gagné 2024; Gagné & Krause 2021; Holzmann & Wolf 2023), auch als „Gefahr für den gesellschaftlichen Zusammenhalt“ (Holzmann & Wolf 2023), und beides **mit steigender Tendenz** (ebd.). Insbesondere **zwischen Einkommensgruppen** werden Ungerechtigkeiten wahrgenommen (ebd.; Detsch 2024); bei der Verkehrswende auch **zwischen Stadt und Land** (Holzmann & Wolf 2023). Das starke Ungerechtigkeitsempfinden ist auch deswegen problematisch, weil die **Gerechtigkeitsbewertung von klimapolitischen Maßnahmen** sich in einer internationalen Meta-Studie als **stärkster Einflussfaktor ihrer Akzeptanz** herausstellte (Bergquist et al. 2022).

3 Akzeptanzfaktor Policy-Design: Auswahl & Ausgestaltung von Instrumenten

- **Vorschläge für eingriffsintensivere „Push-Instrumente“ (Bepreisung und Ordnungsrecht) stoßen i.d.R. auf weniger Akzeptanz als sog. „Pull-Instrumente“ (Infrastruktur-/Angebotsverbesserung, Förderung, Information/Beratung).** Dies zeigt sich in fast allen Studien (Heyen & Wicki 2024), auch bei den jüngsten Bevölkerungsbefragungen in Deutschland (Blesse et al. 2024; Detsch 2024; TÜV-Verband 2024; Uni Erfurt et al. 2024; s. beispielhaft Abbildung 5). Das Ausmaß der Ablehnung (bzw. Zustimmung) unterscheidet sich auch hier zwischen verschiedenen gesellschaftlichen Milieus / Segmenten (pollytix 2024).

Abbildung 5: Zustimmung zu bzw. Ablehnung von Klimaschutzmaßnahmen im Verkehr



Frage: Zurzeit werden Maßnahmen gegen die Klimabelastung durch den Straßenverkehr diskutiert. Welche befürworten Sie und welche lehnen Sie ab? Antworten für „befürworte vollkommen“ und „befürworte eher“ und „lehne eher ab“ und „lehne vollkommen ab“, Rest zu 100% „Weiß nicht/k.A.“ Basis: Alle Befragten (n=2.500)

Quelle: TÜV-Verband 2024

Hinweis: Um die Klimaschutzziele zu erreichen, braucht es einen Policy-Mix, der auch Push-Instrumente umfasst. Daher sollte die Schlussfolgerung nicht sein, nur noch auf Pull-Instrumente zu setzen, sondern Push-Instrumente akzeptabel zu gestalten. Gerade dafür dienen die weiteren Erkenntnisse und Empfehlungen.

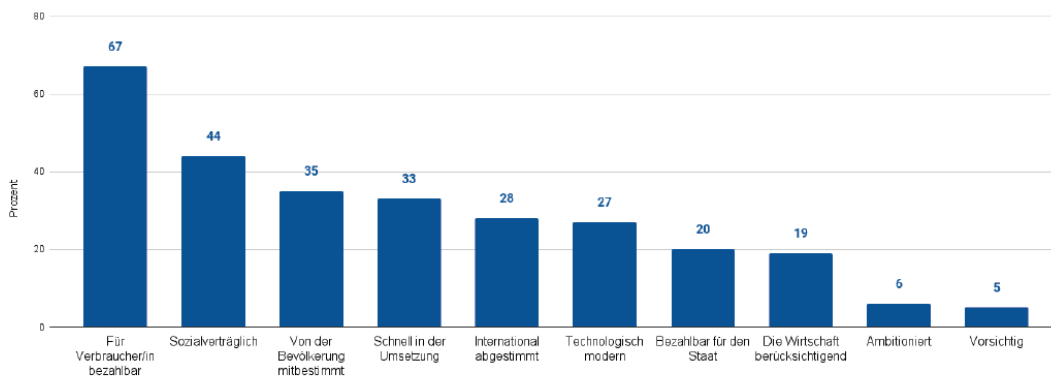
- Die geringe Akzeptanz von Push-Instrumenten gilt v.a. dann, wenn diese Bürger*innen (Verbraucher*innen) direkt adressieren.
 - Vorschriften und Verbote werden häufig als Bevormundung (Paternalismus) und Einschränkung empfunden. Das Gefühl, von neuen Verhaltensvorgaben eingeschränkt zu werden, gehört zu den gesellschaftlichen „Trigger-Punkten“ (Mau et al. 2023); dies gilt insbesondere für das gesellschaftliche Segment der „Ideologisch Skeptischen“ (pollytix 2024). Es gibt jedoch auch Ausnahmen mit Blick auf gesamtgesellschaftliche Zustimmungsraten: So wird z.B. ein allgemeines Tempolimit auf Autobahnen in fast allen Umfragen der letzten Jahre von einer Mehrheit (ca. 60 %) befürwortet (u.a. Gagné & Krause 2021; TÜV-Verband 2024; Uni Erfurt et al. 2024).
 - Preisinstrumente wie eine CO₂-Bepreisung werden wegen ihrer finanziellen, häufig auch als „ungerecht“ angesehenen Belastung abgelehnt (z.B. Holzmann & Wolf 2023). Die Akzeptanz der CO₂-Bepreisung ist bei einkommensschwachen und ländlichen Haushalten geringer als bei einkommensstarken und städtischen (Behringer et al. 2024).
 - Hinsichtlich der Bevorzugung von Preisinstrumenten oder Ordnungsrecht im direkten Vergleich gibt es studienübergreifend keine eindeutigen Ergebnisse (vgl. Heyen et al. 2021). Aktuelle Befragungen in Deutschland weisen tendenziell auf eine **leichte Bevorzugung von Ordnungsrecht gegenüber**

Preisinstrumenten hin (z.B. Blesse et al. 2024; Hagemeyer et al. 2024), bei konkreten Instrumenten kann die Präferenzfolge aber auch umgekehrt bzw. gemischt sein.

- **Push-Instrumente, die bei Unternehmen ansetzen, stoßen im Vergleich oft auf höhere Zustimmung.** Dies passt zu vielen Studienergebnissen, wonach die Bevölkerung Unternehmen eher in der Verantwortung für Klimaschutz sieht als sich selber (Blesse et al. 2024; Detsch 2024; Hagemeyer et al. 2024; pollytix 2024). In einer der Studien meinten 78 %, die Wirtschaft brauche klare Vorgaben von Seiten des Staates, um klimaneutral zu werden (Detsch 2024). Wenn das Instrument mit Kosten (auch) für Verbraucher*innen verbunden ist, sinkt die Zustimmung mit steigenden Kosten (z.B. Brannlund und Persson 2012; Rinscheid und Wüstenhagen 2019).
- **Die (kurzfristige) „Bezahlbarkeit“ ist spätestens seit der Energiepreiskrise und hohen Inflation die zentrale Sorge bzw. das zentrale Anliegen in der deutschen Bevölkerung mit Blick auf die Klimapolitik** (s. Abbildung 6 von Melloh et al. 2022; auch Gagné 2024; Gagné & Krause 2021; TÜV-Verband 2024). Die Menschen fordern zudem mehr Orientierung, wann sich Energiemaßnahmen finanziell auszahlen werden (Gagné 2024).
- Dazu passend sprachen sich kürzlich 87 % der Befragten in Deutschland dafür aus, dass **Personen mit niedrigem Einkommen finanziell stärker unterstützt werden sollten**, wenn wegen Klimaschutzmaßnahmen die Kosten für Strom, Wärme oder Mobilität steigen (Detsch 2024). Eine gezielte Entlastung einkommensschwacher Haushalte wird als gerechter empfunden als eine gleichmäßige Kostenverteilung bzw. eine solche nach dem Energieverbrauch (Holzmann & Wolf 2023). Generell werden einkommensstarke bzw. vermögende Personen/Haushalte stärker in der Pflicht gesehen, etwas für den Klima- und Umweltschutz zu leisten bzw. ihr Verhalten zu ändern (Hagemeyer et al. 2024; pollytix 2024).

Abbildung 6: Zu berücksichtigende Aspekte in der deutschen Klimapolitik

Welche der folgenden Aspekte sollten bei der zukünftigen Ausrichtung der Klimapolitik in Deutschland vor allem berücksichtigt werden? Bitte wählen Sie bis zu drei Aspekte aus.



Quelle: Melloh et al. 2022

- Entsprechend stößt auch bei Befragungen speziell zur **Rückverteilung der Einnahmen aus der CO₂-Bepreisung** die gezielte Unterstützung einkommensschwacher Haushalte i.d.R. auf mehr Zustimmung als eine gleich hohe Pro-Kopf-Rückverteilung (Bauske et al. 2023; Blesse et al. 2024; Dechezleprêtre et al. 2022; Holzmann & Wolf 2023; Wolf et al. 2022). Auf noch höhere Zustimmung stößt oft,

Einnahmen zur Förderung grüner Investitionen zu nutzen (u.a. Dechezleprêtre et al. 2022), oder die Kombination verschiedener Verwendungsformen (Kaestner et al. 2023). Die Präferenzen unterscheiden sich auch abhängig von Parteiaffinitäten (Behringer et al. 2024). Grundsätzlich werden Preisinstrumente eher akzeptiert, wenn vorab festgelegt und kommuniziert wird, wofür die Einnahmen genutzt werden, sie also nicht undefiniert in den allgemeinen Staatshaushalt fließen (Mohammadzadeh Valencia et al. 2024).

- **Im Einzelfall stoßen Preisinstrumente auf relativ hohe Zustimmung, wenn diese tendenziell einkommensstärkere Haushalte treffen** – so z.B. eine Klimaabgabe auf Flugtickets (Detsch 2024) und höhere Steuern oder Parkgebühren für große Fahrzeuge bzw. SUV (Gagné & Krause 2021; TÜV-Verband 2024).
- **Eine gewisse Auswahlmöglichkeit an (z.B. technischen) Möglichkeiten zur Umsetzung/Erfüllung v.a. ordnungsrechtlicher Anforderungen kann ebenfalls die Akzeptanz steigern.** Zumind. wurde die Vielfalt an Umsetzungsmöglichkeiten beim Erneuerbare-Wärme-Gesetz in Baden-Württemberg (2008) von Bürger*innen positiv bewertet (Heyen et al. 2021).
- **Push-Instrumente generell können zudem auf mehr Akzeptanz stoßen, wenn sie Teil eines Maßnahmenpakets (*policy mix/package*) sind, das auch unterstützenden Maßnahmen beinhaltet**, wie finanzielle Förderung, kostenlose Beratung oder das Schaffen attraktiver Alternativen (z.B. ein guter und günstiger ÖPNV) (Fesenfeld 2020, 2022; Thaller et al. 2021; Thaller et al. 2024; Tröndle et al. 2023; Wicki et al. 2019; Wicki et al. 2020).
- **Die Kombination mit produktionsseitigen Maßnahmen kann auch speziell die Akzeptanz von konsumseitigen Instrumenten steigern** – weil Bürger*innen dann wohl das Gefühl haben, dass sie nicht die alleinige Last tragen. So erhöhten z.B. in einer Studie anspruchsvolle Umwelt- und Tierwohlstandards auf Produktionsseite die Akzeptanz ganzer Maßnahmenpakete einschließlich konsumseitiger Politikinstrumente für eine nachhaltige Ernährung (Fesenfeld 2020).
- Kaum Forschung gibt es zu kurz- und v.a. längerfristigen Akzeptanzeffekten einer schrittweisen Verschärfung von Klimaschutzinstrumenten (z.B. CO₂-Preis) bzw. einer schrittweisen Abschaffung umweltschädlicher Subventionen, auch wenn ein solches Vorgehen häufig aus Akzeptanzgründen empfohlen und praktiziert wird.
- **Maßnahmen, welche die Selbstwirksamkeit oder gar Autarkie der Bürger*innen befördern, z.B. durch eine eigene Stromerzeugung (PV-Anlage, „Balkonkraftwerk“), sind sehr gut anschlussfähig** (Gagné 2024; pollytix 2024). Hier scheint einiges Potenzial zu liegen: 79 % der Befragten einer aktuellen Studie könnten sich vorstellen, ihre eigene Energie zu erzeugen (darunter 10 %, die dies bereits tun, sowie 46 %, die dies uneingeschränkt bejahen), wobei es erhebliche Unterschiede nach Milieu, Alter, Geschlecht, Bildung und Einkommen gibt (Detsch 2024). Die Ergebnisse passen auch zu Erkenntnissen aus der Umweltpsychologie: In mehreren Studien konnte gezeigt werden, dass die intrinsische Motivation stärker und langfristiger zu umweltfreundlichem Verhalten motiviert als die extrinsische Motivation durch äußere Anreize (Silvi und Padilla 2021; Pugno und Sarracino 2021; Kibbe 2017). Zur Erhöhung der intrinsischen Motivation trägt u.a. ein hohes Maß an Selbstwirksamkeit und Autonomiegefühl, aber auch soziale Eingebundenheit bei (Shafiei und Maleksaeidi 2020; Tabernero und Hernández 2012). Hohe

Selbstwirksamkeit kann auch die „moralische Distanzierung“⁴ vom Klimawandel verringern (Peeters et al. 2019).

- Aus der Umweltpsychologie wissen wir außerdem, dass die Übereinstimmung mit den eigenen Werten und der eigenen Identität die Verhaltensmotivation beeinflusst (Schrader et al. 2024; Nagel 2022). Dies könnte auch milieuhabhängige Unterschiede in der Zustimmung zu verschiedenen klimapolitischen Maßnahmen(typen) erklären.
- **Ob (v.a. freiwilliges bzw. politisch angereiztes) umweltfreundliche Verhalten auch tatsächlich umgesetzt wird, wird maßgeblich von den wahrgenommenen Verhaltenskosten (Ressourcen, Fähigkeiten) beeinflusst.** Je niedriger die Verhaltenskosten, desto eher wird das Verhalten bei hoher intrinsischer Motivation umgesetzt (Brick et al. 2021; Kibbe 2017). Dies könnte auch die genannten Unterschiede entlang soziodemografischer Merkmale bei der Bereitschaft zur eigenen Energieerzeugung in der Studie von Detsch (2024) erklären.

Schlussfolgerungen / Empfehlungen:

- Mit Blick auf die gesellschaftliche Akzeptanz haben **Instrumente, die öffentliche Infrastrukturen und Unternehmen adressieren oder den Bürger*innen positive Anreize zu Klimaschutzhandeln setzen und ein Gefühl der Selbstwirksamkeit befördern, Vorteile gegenüber Instrumenten, die mit direkten Einschränkungen und v.a. mit Kosten und Belastungen für Bürger*innen verbunden sind** (Hillje (2024) empfiehlt daher als Grundsätze „Infrastruktur vor Individuum“ und „Förderung vor Forderung“; Bläsius und Ostermayer (2024) sprechen vom „Primat kollektiver Lösungsansätze“).
- **Da zur Erreichung der Klimaschutzziele jedoch auch konsumseitige Preis- oder ordnungsrechtliche Instrumente nötig sind, sollten diese so ausgestaltet und in Maßnahmenpakete eingebettet sein, dass sie v.a. finanziell nicht überfordern** bzw. als Überforderung wahrgenommen werden. Bei Gesetzesvorschlägen wie dem Gebäudeenergiegesetz müssen Vorschläge zu Förderbedingungen parallel erarbeitet und kommuniziert werden. Um Sorgen vor finanzieller Überforderung zu nehmen, könnten auch Kostenbegrenzungsklauseln helfen, wie sie beim Verbot fossiler Heizungen im Kanton Zürich (mit knapp 63 % im Referendum bestätigt!) integriert wurden.⁵
- Zudem empfiehlt sich die **gezielte Unterstützung einkommensschwacher oder aus anderen Gründen vulnerabler Haushalte, die sich nicht alleine aus einem „fossilen Lock-in“ befreien können** (Bläsius & Ostermayer 2024).

⁴ Der Begriff der „moralischen Distanzierung“ (*moral disengagement*) bezeichnet einen psychologischen Prozess, durch den normalerweise als unmoralisch erachtete Verhaltensweisen akzeptiert werden. In der Umweltpsychologie wird die moralische Distanzierung als bedeutsame Motivationslücke für klimafreundliches Verhalten erachtet (Stoll-Kleemann et al. 2023; Kilian und Mann 2020; Peeters et al. 2019). Dabei wird die Komplexität des Klimawandels als Ausrede genutzt, um klimaschädliches, eigennütziges Verhalten zu legitimieren.

⁵ Das dortige Energiegesetz sieht vor, dass keine neuen Öl- und Gaskessel mehr eingebaut werden dürfen, solange die vorgeschriebene standardisierte Lebenszykluskostenberechnung zum Ergebnis kommt, dass eine klimaneutrale Lösung nicht mehr als 5 % Mehrkosten über den gesamten Lebenszyklus verursachen würde (SRF 2021).

Förderprogramme sollten stärker als bisher soziale Bedarfskriterien berücksichtigen (wie es nun bei der Heizungstausch-Förderung ansatzweise der Fall ist).

- **Zudem sollten die durch ein Instrument angestrebten Verhaltensweisen oder Investitionen möglichst einfach umsetzbar gemacht werden.** Wenn beispielsweise die Autonutzung eingeschränkt oder verteuert wird, muss der ÖPNV attraktiver werden. Bei finanziellen Fördermöglichkeiten sollte der bürokratische Aufwand geringgehalten werden.
- **Grundsätzlich empfiehlt es sich, im Zuge der Ausarbeitung neuer Push-Instrumente oder ihrer Verschärfung mit darauf fokussierten Befragungen zu erforschen, welche Ausgestaltungsoptionen auf mehr oder weniger Zustimmung stoßen.**

Forschungsbedarf / -fragen:

- Akzeptanzwirkungen unterschiedlicher Ausgestaltungsoptionen von konkreten Push-Instrumenten (jenseits der vergleichsweise gut beforschten CO₂-Bepreisung), ihrer Einbettung in (unterschiedliche) Maßnahmenpakete und einer zeitlichen Streckung ihrer Einführung
- Untersuchung der Akzeptanz auch von fördernden Maßnahmen bei expliziter Thematisierung (in Befragungen) von möglichen Zielkonflikten⁶
- Vertiefte (auch qualitative) Analysen, welche Überlegungen und normativen Prinzipien die Gerechtigkeitsbewertungen der Menschen von Instrumenten(-Vorschlägen) beeinflusst

4 Akzeptanzfaktor Kommunikation: Informationen und Framing

- **Personen mit höherem Wissen über den Klimawandel und Personen, die sich gut über eine Maßnahme informiert fühlen,⁷ unterstützen tendenziell eher Klimaschutzmaßnahmen.** Allerdings sind 65 % der in einer aktuellen Studie Befragten der Meinung, dass politische **Maßnahmen für eine klima- und umweltfreundlichere Wirtschaft nicht ausreichend erklärt** werden (Detsch 2024).
- Die Forschungsergebnisse sind jedoch nicht eindeutig, ob zusätzliche Informationen zu höherer Unterstützung führen (s. Überblick bei Heyen & Wicki 2024). Einige jüngere Studien in Deutschland zeigen zumindest einen **leicht positiven Akzeptanzeffekt zusätzlicher Informationen zur konkreten Maßnahme (v.a. zu Effektivität, Kosten und Verteilungswirkungen) gerade bei Push-Instrumenten, während allgemeine Informationen zum Klimawandel wenig bringen** (Bauske et al. 2023; Blum et al. 2023; Dechezleprêtre et al. 2022; Uni Erfurt et al. 2024).

⁶ In einem seltenen Fall hat pollytix (2024) in einer repräsentativen Umfrage die Zustimmung zu Umwelt- und Naturschutzmaßnahmen im Konfliktfall gemessen: Stadtbäume zu Ungunsten von Parkplätzen, Wiedervernässung von Mooren auf Kosten landwirtschaftlicher Nutzfläche, Naturschutzgebiete statt neuer Umgehungsstraßen, verlängerte Dauer von Bauvorhaben durch Rücksichtnahme auf Umwelt und Natur und Vorrang privater Wassernutzung bei Wasserknappheit.

⁷ Laut einer aktuellen Befragung in Deutschland fühlen sich 7 % „sehr gut“ und 46 % „eher gut“ über politische Maßnahmen für eine klima- und umweltfreundlichere Wirtschaft informiert (Detsch 2024). Über die bestehende CO₂-Bepreisung fühlen sich allerdings in einer anderen aktuellen Befragung drei Viertel schlecht oder gar nicht informiert (Behringer et al. 2024).

- Die **frühzeitige Verbreitung faktenbasierter Informationen und Sensibilisierung für Desinformation** kann zudem dabei helfen, die Wirkung von **Desinformationskampagnen einzuschränken** (dieser präventive Kommunikationsansatz wird „*prebunking*“ genannt) (Hillje 2024).
- Aus der Kommunikationsforschung ist bekannt, dass die **Wirksamkeit von Informationen milieuhängig** ist (Schrader et al. 2024). Dabei ist das Milieu der „Pragmatischen“ am ehesten mit Informationen anzusprechen, da für sie Emotionen kaum eine Rolle spielen. Andere Milieus lassen sich eher von Emotionen und Werten beeinflussen.
- Den **Klimawandel als salient und persönlich relevant zu kommunizieren**, kann die o.g. „moralische Distanzierung“ vom Klimawandel verringern und dadurch umweltfreundliches Verhalten motivieren (Peeters et al. 2019). Eine förderliche Wirkung auch auf die Zustimmung von Klimaschutzinstrumenten ist denkbar.
- Menschen können Informationen schlechter verarbeiten, wenn zu viel Fachjargon verwendet wird (Bullock et al. 2019). Zudem führt die Verwendung von Fachbegriffen dazu, dass sich das Publikum ausgeschlossen fühlt und das Gefühl bekommt, nicht mitreden zu können (Sarathchandra und Haltinner 2020). Inhalte werden dann eher abgelehnt. **Einfache Sprache erhöht hingegen das Interesse des Zuhörers** (Shulman und Sweitzer 2018).
- Menschen fühlen sich bestimmten sozialen Gruppen zugehörig und entwickeln daraus eine soziale Identität. Bei der Kommunikation von Maßnahmen sollte daher möglichst **auf Schlagworte verzichtet werden, die mit anderen sozialen Gruppen/Identitäten assoziiert werden** (z.B. „vegane Ernährung“) (Kurz et al. 2020). Stattdessen könnten die **verbindenden Werte** (z.B. Gerechtigkeit, Sicherheit) kommuniziert werden (Gadient-Brügger 2021).
- **Die Betonung individueller oder gesellschaftlicher Co-benefits von Klimaschutzinstrumenten** (z.B. Gesundheit, Lebensqualität, Daseinsvorsorge, finanzielle Ersparnis, Arbeitsplätze, ökonomische Chancen, Unabhängigkeit vom Ausland) **kann deren Akzeptanz erhöhen** (s. Überblick bei Heyen et al. (2021) und Fesenfeld et al. (2024)). **Auch Selbstwirksamkeit und eigene Handlungsmacht können überzeugende Argumente** sein, selbst in sonst eher skeptischen Milieus (pollytix 2024). Aus der Umweltpsychologie wissen wir, dass ein positives Gewinnframing grundsätzlich motivierender wirkt als ein Negativframing mit Betonung drohender Verluste. Die Darstellung von Vorteilen durch Klimaschutzmaßnahmen bringt eine positivere Einstellung, erhöht die Selbstwirksamkeit und ruft ein Gefühl von Hoffnung aus (Nagel 2022). Gerade in den aktuellen Krisenzeiten sehnen ich viele nach „Positivnachrichten“ (pollytix 2024). Wie stark der Einfluss von Framing ist und welche Frames den größten Einfluss haben, dazu unterscheiden sich die Studien. Wahrscheinlich sind die Effekte (auch) abhängig vom Kontext (Land, Themenfeld, aktuelle gesellschaftliche/ökonomische Lage, dominierende Themen / Sorgen).
- **Wie überzeugend und anschlussfähig verschiedene Argumente und Narrative sind, unterscheidet sich auch zwischen verschiedenen gesellschaftlichen Milieus / Segmenten** (s. Abbildung 7 von Hagemayer et al. 2024; s. auch Detsch 2024 und pollytix 2024). Daher sollte zumindest zielgruppenspezifische Kommunikation von Maßnahmen auch auf die jeweiligen Werte der Zielgruppen ausgerichtet sein (Schrader et al. 2024; Nagel 2022).

Abbildung 7: Überzeugungskraft verschiedener Narrative

Hier lesen Sie nun einige Argumente für mehr Klimaschutz.
Bitte geben Sie jeweils an, wie überzeugend Sie diese finden.

Dargestellte Werte: Nettowerte

	Ungeduldige	Überzeugte	Pragmatische	Optimistische	Zweifelnde	Skeptische
Unabhängig von ausländischen Energieimporten werden	94	86	64	73	4	-19
Investitionen in Klimaschutztechnologien, um wirtschaftlich stark zu bleiben	91	86	62	65	+/-0	-17
Den Wirtschaftsstandort Deutschland langfristig stärken	89	78	58	64	-12	-39
Zukunftssichere Arbeitsplätze in Deutschland schaffen	88	82	54	64	-4	-37
Kein Klimaschutz ist teurer als Klimaschutz	92	89	58	63	-25	-54
Lebensqualität in Deutschland hochhalten	92	84	49	56	-15	-43
Um die Gesundheit der Bürger*innen zu schützen	90	79	52	55	-26	-56
Deutschland sollte anderen Ländern ein Vorbild sein	83	73	37	32	-37	-63
Kostenersparnisse für Bürger*innen durch geringere Energiekosten	71	56	26	29	-24	-47
Ambitionierter Klimaschutz sorgt für mehr Gerechtigkeit	48	24	-1	10	-37	-60

Erläuterung: Dargestellt sind die sog. „Nettowerte“, d.h. die Zustimmungsquote abzüglich der Ablehnungsquote.

Quelle: Hagemeyer et al. 2024, auf Basis einer Befragung der pollytix strategisch research gmbh

- **Schon die Benennung eines Instruments kann Zustimmungswerte beeinflussen** (s. Lorenz et al. (2017) für ein Beispiel außerhalb der Klimapolitik).
- Es ist wichtig zu betonen, dass die Erkenntnisse zur Wirkung von Framing auf Befragungen basieren, in denen i.d.R. – anders als in der Realität – keine Gegenframes vorkommen. Der reale Effekt könnte deswegen geringer sein. Angesichts konkurrierender Frames und Narrative in der Realität betont die Kommunikationswissenschaft die **diskursprägende Bedeutung des zeitlich ersten Frames** in einer Debatte (Hillje 2024).
- Relevant ist auch, dass **Informationen und Argumente von Akteuren kommuniziert werden, denen die Menschen Expertise zusprechen und vertrauen**. Gerade bei strittigen Themen orientieren Menschen sich an Personen und Organisationen, denen sie vertrauen und/oder mit denen sie eine gemeinsame Weltanschauung teilen (Glynn et al. 2018; DeCaro et al. 2017). Während das Vertrauen in die Regierung oder auch Politik generell auf einem Tiefstand ist (u.a. pollytix 2024), wird z.B. bei Energiewendemaßnahmen den Einschätzungen von lokalen Handwerker*innen ein hohes Vertrauen entgegengebracht (Gagné 2024). Studien aus der Schweiz haben auch gezeigt, dass dort der Erfolg umweltpolitischer Referenden damit zusammenhängt, inwieweit Parteien und Verbände ihre Unterstützung oder Ablehnung ausdrücken (Pleger 2019; Stadelmann-Steffen 2011).

- **Menschen stimmen Klimaschutzmaßnahmen eher zu, wenn sie denken oder die Information haben, dass diese auch bei anderen Menschen (mehrheitlich) auf Unterstützung stößt** (s. Überblick bei Heyen et al. 2021). Dies ist v.a. vor dem Hintergrund relevant, dass Menschen **die Zustimmung in der Bevölkerung** zu klimapolitischen Maßnahmen, aber auch zu grünen Technologien und Verhaltensveränderungen, **regelmäßig unterschätzen** (EIB 2022; Wolf et al. 2023).
- Das passt zu Erkenntnissen aus der Psychologie und Kommunikationsforschung, wonach **soziale Normen, positive Beispiele und die Kenntnis von erfolgten Verhaltensveränderungen anderer (v.a. aus der eigenen Peer-Group) besonders gut wirken, um klimafreundliches Verhalten anzureizen** (Brick et al. 2021; Nagel 2022; Sparkman et al. 2021; Loschelder et al. 2019; Rode und Weber 2016). Auch „**Working Together**“-**Botschaften wirken motivierend**, also solche, die zum gemeinsamen Arbeiten an einem Ziel einladen (Sparkman et al. 2021).
- Die **Information, dass andere Länder eine Klimaschutzmaßnahme bereits eingeführt haben oder dabei sind, dies zu tun, kann ebenfalls die Akzeptanz erhöhen** (s. Coleman et al. (2023) und dort genannte weitere Studien).

Schlussfolgerungen / Empfehlungen:

- Bei der Kommunikation von Klimaschutzinstrumenten sollten **wichtige Informationen zu akzeptanzrelevanten Aspekten** (z.B. Effektivität, Co-benefits, Kosten, Verteilungswirkungen, Zweckbestimmung der Einnahmen) **frühzeitig und verständlich kommuniziert** werden, auch um der Verbreitung von Desinformation entgegenzuwirken („*prebunking*“) (Hillje 2024). Dabei können auch persönliche Geschichten und alltagsnahe Umsetzungsbeispiele eine Rolle spielen.⁸
- Neben dem Klimaschutznutzen sollten mindestens ebenso sehr die **gesellschaftlichen oder persönlichen Co-benefits betont** werden (z.B. „Wer eine Wärmepumpe kauft, macht sich unabhängig von russischem Gas“). Welche Argumente bei einem konkreten Instrument besonders überzeugen, wird idealerweise vorab untersucht – einschließlich einer spezifischen Untersuchung nach verschiedenen Bevölkerungsgruppen.
- Die **Kommunikation sollte von einer breiten Akteursallianz** erfolgen bzw. von einer solchen unterstützt werden – mit Akteuren, **die unterschiedliche Interessen vertreten und verschiedene Bevölkerungsgruppen ansprechen**. Gute Beispiele sind die aktuelle Kooperation von *Fridays for Future* und ver.di oder das 2020 ins Leben gerufene Bündnis für ein allgemeines Tempolimit auf Autobahnen, bei dem neben Umwelt- und Verkehrsorganisationen auch die Polizeigewerkschaft NRW und der Verein „Verkehrsunfall-Opferhilfe“ aktiv sind. Nach Möglichkeit beinhaltet die Akteursallianz aber auch Stimmen aus der Lebenswelt der Menschen, wie z.B. dem Handwerk (Hillje 2024).
- Der politische Akteur, der ein Klimaschutzinstrument vorschlagen will, bzw. die Akteursallianz sollte **proaktiv kommunizieren**, bevor der Diskurs von anderen dominiert werden kann (Hillje 2024).
- Um möglichst viele Menschen anzusprechen, sollte man bei der Kommunikation auf **Schlagwörter verzichten, die mit bestimmten sozialen Gruppen /**

⁸ Im Fall des GEG hätten das laut Hillje (2024) z.B. „Rechenbeispiele für die tatsächlichen Umrüstungskosten typischer Wohnszenarien“ oder „interaktive Tools zur Eignungsprüfung der eigenen Wohnsituation für die Umrüstung auf eine Wärmepumpe“ sein können.

Identitäten verbunden werden, von denen sich andere Gruppen abgrenzen. Stattdessen können **verbindenden Werte** (z.B. Gerechtigkeit, Sicherheit) kommuniziert werden. Eine zielgruppenspezifische Ansprache sollte wiederum auf die **Werte des jeweiligen Milieus** abgestimmt sein (s. Melloh et al. (2022) sowie Schleer et al. (2023) für Ansatzpunkte milieuspezifischer Kommunikation).

- **Bei mehrheitlicher Zustimmung zu einer geplanten Maßnahme in repräsentativen Umfragen empfiehlt sich, dies aktiv zu kommunizieren.**
- Gleiches gilt für den Fall, dass **ähnliche Maßnahmen bereits andernorts eingeführt wurden oder zeitgleich eingeführt werden sollen.**
- Bei all dem sollte auf eine **breite Vielfalt an Medien, Kanälen und Formaten** gesetzt werden, sodass alle Bevölkerungsgruppen „dort abgeholt werden, wo sie sich primär (aktiv oder passiv) informieren“ (pollytix 2024).

Forschungsbedarf / -fragen:

- Unter welchen Bedingungen beeinflussen zusätzliche Informationen die Akzeptanz von Klimaschutzmaßnahmen?
- Unter welchen Bedingungen beeinflussen (welche) Argumente und Narrative die Akzeptanz von Instrumenten? Wie kontext- und maßnahmenspezifisch ist dieser Einfluss?

5 Akzeptanzfaktor Vorgehen: Partizipation, Testphasen, Timing

Hinweis: Die Rolle der in diesem Abschnitt thematisierten Akzeptanzfaktoren ist vergleichsweise schlecht untersucht. Es gibt bislang nur wenige empirische Studien (v.a. auch in Deutschland).

- In der Bevölkerung besteht der **Wunsch nach mehr Mitsprache (auch) in der Klima- und Energiepolitik** (Blum et al. 2023; Gagné & Krause 2021; Gagné 2024; Wolf et al. 2022). Zwar wurde die Akzeptanzwirkung von Partizipation beim Entwickeln von Politikinstrumenten weit weniger empirisch untersucht als im Kontext von Planungsprozessen bei Industrie- und Infrastrukturvorhaben. Die wenigen Befunde (v.a. aus dem Ausland) deuten auf **leichte positive Wirkungen von partizipativen Elementen auf Maßnahmenakzeptanz** hin (s. Überblick bei Heyen et al. 2021).
- **Speziell auch Bürgerräte (Klimaräte) können sich, je nach Design und Grad des öffentlichen Interesses, positiv auf die Akzeptanz von Klimaschutzmaßnahmen auswirken** (Kuntze und Fesenfeld 2021). Zudem wurde festgestellt, dass solche Bürgerräte in Europa deutlich häufiger konsumseitige und in Richtung Suffizienz gehende Push-Instrumente empfehlen, als diese in Regierungsplänen enthalten sind (Lage et al. 2023).
- **Zeitlich und evtl. auch räumlich begrenzte „Testphasen“ von Politikinstrumenten, möglichst mit anschließender Evaluation, können sich ebenfalls positiv auf die Akzeptanz auswirken** (Wicki et al. 2020). Beispielsweise stieg die Unterstützung für die Einführung einer City-Maut in Stockholm im Zuge der Testphase um 18 %, sodass beim anschließenden Referendum eine Mehrheit dafür stimmte (Schuitema et al. 2010). Zwar gibt es nur einzelne Befunde zur Akzeptanzwirkung solcher Testphasen, aber weitere Studien zeigen, dass gerade Push-Instrumente nach ihrer Einführung oft auf höhere Akzeptanz stoßen als davor (s. Böhme et al. (2022) für mehrere Beispiele einer City-Maut). Zudem zeigen Studien,

dass die wahrgenommene Wirksamkeit einer Maßnahme einen hohen Einfluss auf die Handlungsbereitschaft hat (van Valkengoed und Steg 2019; Drews und van den Bergh 2016; Uni Erfurt et al. 2024). Testphasen könnten helfen, die Wirksamkeit einer Maßnahme zu vermitteln und damit die Akzeptanz zu erhöhen.

- Einige Studien (allerdings v.a. aus dem Ausland und schon etwas älter) zeigen, dass die **Akzeptanz klima-/umweltpolitischer Maßnahmen in folgenden Situationen steigt** (s. Überblick bei Heyen et al. 2021):
 - **nach Katastrophenfällen oder Extremwetterereignissen,**
 - **bei starker medialer Präsenz der Probleme aus anderen Gründen** (z.B. große Fridays-for-Future-Demos, Veröffentlichung des Stern-Reports oder des Kinofilms „An Inconvenient Truth“)
 - **bei volkswirtschaftlich guter Lage.**

Zwar ist das Vorkommen solcher Ereignisse oder Lagen nicht oder nicht direkt von klimapolitischen Akteuren beeinflussbar, sie bieten bei Vorhandensein aber **bessere Rahmenbedingungen für klimapolitische Maßnahmenvorschläge**.

- Einige wenige internationale Studien untersuchen und zeigen im Ergebnis auch eine **höhere Akzeptanz von Klimaschutzinstrumenten, wenn (viele) andere Jurisdiktionen diese auch einführen** (Coleman et al. 2023).

Schlussfolgerungen / Empfehlungen:

- **Bürger*innen sollten in jeweils passender Art und Weise frühzeitig beteiligt werden.** Dabei sind u.a. niedrigschwellige Angebote, evtl. auch gezielt aufsuchende Verfahren, und Transparenz über die Einflussmöglichkeiten wichtig (u.a. Gagné 2024; Schipperges und Denk 2024).
- **Angesichts der Bedeutung mancher Akteure als Vertrauenspersonen der Bürger*innen** (z.B. Handwerker*innen; s. Kap. 3) **sollten diese in besonderem Maße und evtl. in Form eigener Formate beteiligt werden, sowohl während als auch nach dem Gesetzgebungsprozess.** So wurden z.B. beim Erneuerbare-Wärme-Gesetz in Baden-Württemberg (2008) Informationsveranstaltungen und Workshops für Handwerker*innen und Schornsteinfeger*innen angeboten.
- Bei Entwicklung von Push-Instrumenten sollte überlegt werden, ob es für die Akzeptanz (neben dem Lernen über Wirkungen und Effektivität) sinnvoll sein könnte, **das Instrument im Rahmen einer „Testphase“ einschließlich (Zwischen-)Evaluation einzuführen** (s. auch der Leitfaden für „regulatorische Experimente“ von Bauknecht et al. (2021)).
- Außerdem sollte **geprüft werden, ob das Instrument zusammen mit anderen Jurisdiktionen eingeführt werden kann.** Dies sollte dann auch aktiv kommuniziert werden.
- Wenn es sich zeitlich anbietet, können **Instrumentenvorschläge in zeitlich günstigen Gelegenheitsfenstern platziert werden.**

Forschungsbedarf / -fragen:

- Unter welchen Bedingungen hat die Beteiligung von Bürger*innen, aber auch von professionellen Akteuren (Expert*innen, Stakeholdern, Oppositionsparteien), einen positiven Effekt auf die Akzeptanz von Klimaschutzinstrumenten?
- Unter welchen Bedingungen haben Testphasen einen positiven Akzeptanzeffekt?
- Wie groß ist der Einfluss von zeitlich günstigen Rahmenbedingungen (Gelegenheitsfenstern) auf die Akzeptanz von Klimaschutzinstrumenten?

6 Literaturverzeichnis

- Bauknecht, Dierk; Heyen, Dirk Arne; Gailhofer, Peter; Bizer, Kilian; Bischoff, Thore Sören; Feser, Daniel et al. (2021): How to design an evaluate a Regulatory Experiment. A Guide for Public Administrations.
- Bauske, Emily; Gerdes, Ronja; Kaestner, Kathrin; Kaiser, Florian G.; Pahle, Michael; Schwarz, Antonia et al. (2023): Synthese sozialwissenschaftlicher Analysen im Projekt CO₂-Preis (AP2 und AP3).
- Bergquist, Magnus; Nilsson, Andreas; Harring, Niklas; Jagers, Sverker C. (2022): Meta-analyses of fifteen determinants of public opinion about climate change taxes and laws. In: *Nat. Clim. Chang.* 12 (3), S. 235–240. DOI: 10.1038/s41558-022-01297-6.
- Bläsius, Julia; Ostermayer, Max (2024): Vertrauen, Verteilung, Finanzierung. Drei Leitplanken für eine soziale Klimapolitik. Friedrich-Ebert-Stiftung (FES) (FES impuls).
- Blesse, Sebastian; Dietrich, Holger; Necker, Sarah; Zürn, Michael K. (2024): Wollen die Deutschen beim Klimaschutz Vorreiter sein und wenn ja, wie? Maßnahmen aus Bevölkerungsperspektive. In: *ifo Schnelldienst* 77 (1/2024).
- Blum, Mareike; Wolf, Ingo; Huttarsch, Jean-Henri; Kowarsch, Martin (2023): Quo vadis Klimapolitik? Bürgerperspektiven auf Politikoptionen in Energie und Verkehr. Ariadne-Analyse. Kopernikus-Projekt Ariadne.
- BMUV & UBA (2023): Umweltbewusstsein in Deutschland 2022. Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage. Hrsg.: Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz und Umweltbundesamt.
- Böhme, Uwe; Dittrich-Wesbuer, Andrea; Klinger, Thomas; Holz-Rau; Christian; Scheiner, Joachim (2022): Wende im Pendelverkehr. Wie Bund und Kommunen den Weg zur Arbeit fairer und klimagerechter gestalten können. Erstellt im Auftrag von Agora Verkehrswende. Agora Verkehrswende.
- Brannlund, Runar; Persson, Lars (2012): To tax, or not to tax: preferences for climate policy attributes. In: *Climate Policy* 12 (6), S. 704–721. DOI: 10.1080/14693062.2012.675732.
- Brick, Cameron; Bosshard, Anna; Whitmarsh, Lorraine (2021): Motivation and climate change: A review. In: *Current Opinion in Psychology* 42, S. 82–88. DOI: 10.1016/j.copsyc.2021.04.001.
- Bullock, Olivia M.; Colón Amill, Daniel; Shulman, Hillary C.; Dixon, Graham N. (2019): Jargon as a barrier to effective science communication: Evidence from metacognition. In: *Public understanding of science (Bristol, England)* 28 (7), S. 845–853. DOI: 10.1177/0963662519865687.
- Coleman, Eric A.; Harring, Niklas; Jagers, Sverker C. (2023): Policy attributes shape climate policy support. In: *Policy Studies Journal*, Artikel psj.12493. DOI: 10.1111/psj.12493.
- DeCaro, Daniel A.; Arnol, Craig Anthony Tony; Boama, Emmanuel Frimpong; Garmestani, Ahjond S. (2017): Understanding and applying principles of social cognition and decision making in adaptive environmental governance. In: *E&S* 22 (1), S. 1–33. DOI: 10.5751/ES-09154-220133.
- Dechezleprêtre, Antoine; Fabre, Adrien; Kruse, Tobias; Planterose, Bluebery; Sanchez Chico, Ana; Stantcheva, Stefanie (2022): Fighting climate change: International attitudes toward climate policies. National Bureau of Economic Research (NBER). Cambridge, MA (OECD Economics Department Working Papers, 1714). Online verfügbar unter <http://www.nber.org/papers/w30265>.

- Detsch, Claudia (2024): Des Klimas Gretchenfragen: Wie sich beim sozial-ökologischen Umbau gesellschaftliche Barrieren überwinden und skeptische Milieus an Bord holen lassen. Länderbericht Deutschland. FES Just Climate; Friedrich-Ebert-Stiftung (FES).
- Drews, Stefan; van den Bergh, Jereon C.J.M. (2016): What explains public support for climate policies? A review of empirical and experimental studies. In: *Climate Policy* 16 (7), S. 855–876. DOI: 10.1080/14693062.2015.1058240.
- EIB (2022): The EIB climate survey. Citizens call for green recovery. European Investment Bank (EIB). Online verfügbar unter <https://data.europa.eu/>, zuletzt geprüft am 01.07.2024.
- Ejelöv, Emma; Nilsson, Andreas (2020): Individual Factors Influencing Acceptability for Environmental Policies. A Review and Research Agenda. In: *Sustainability* 12 (6), S. 2404. DOI: 10.3390/su12062404.
- Fesenfeld, Lukas; Beiser-McGrath, Liam; Sun, Yixian; Wicki, Michael; Bernauer, Thomas (2024): Systematic mapping of climate and environmental framing experiments and re-analysis with computational methods points to omitted interaction bias. In: *PLOS Climate* 3 (2). DOI: 10.1371/journal.pclm.0000297.
- Fesenfeld, Lukas Paul (2020): The Political Feasibility of Transformative Climate Policy. Public Opinion about Transforming Food and Transport Systems. Dissertation. ETH Zürich.
- Fesenfeld, Lukas Paul (2022): The effects of policy design complexity on public support for climate policy. In: *Behav. Public Policy*, S. 1–26. DOI: 10.1017/bpp.2022.3.
- Gadient-Brügger, A. (2021): Warum „Gutmenschen“ bei manchen Leuten so unbeliebt sind – und was sie dagegen tun können. Online verfügbar unter <https://www.klimafakten.de/kommunikation/warum-gutmenschen-bei-manchen-leuten-so-unbeliebt-sind-und-was-sie-dagegen-tun>.
- Gagné, Jérémie (2024): Einmal gestalten bitte: Prinzipien für eine verbindene Energiewende. More in Common.
- Glynn, Carroll J.; Herbst, Susan; Lindeman, Mark; O’Keefe, Garrett J.; Shapiro, Robert Y. (2018): Public Opinion. Third edition. London: Taylor and Francis.
- Hagemayer, Lennart; Faus, Rainer; Bernhard, Lukas (2024): Vertrauensfrage Klimaschutz. Mehrheiten für eine ambitionierte Klimapolitik gewinnen. Friedrich-Ebert-Stiftung (FES) (FES diskurs).
- Herold, Maik; Joachim, Janine; Otteni, Cyrill; Vorländer, Hans (2023): Polarisierung in Deutschland und Europa. Eine Studie zu gesellschaftlichen Spaltungstendenzen in zehn europäischen Ländern. MIDEM Studie 2023-2. Mercator Forum Migration und Demokratie (MIDEM), Dresden.
- Heyen, Dirk Arne; Degen, Solveig; Braungardt, Sibylle; Blanck, Ruth; Jacob, Michael; Pfeiffer, Samira (2021): Konsumbezogenes Ordnungsrecht in der Umweltpolitik. Gesellschaftliche Akzeptanz und ihre Einflussfaktoren. Öko-Institut (Working Paper, 2/2021).
- Heyen, Dirk Arne; Wicki, Michael (2024): Increasing public support for climate policy proposals: a research agenda on governable acceptability factors. In: *Climate Policy*. DOI: 10.1080/14693062.2024.2330390.
- Hillje, Johannes (2024): Lehren aus der Heizungsdebatte für klimapolitische Diskurse. In: Das Progressive Zentrum (Hg.): Aufgeheizte Debatte? Eine Analyse der Berichterstattung über das Heizungsgesetz - und was wir politisch daraus lernen können, S. 26–37.
- Holzmann, Sara; Wolf, Ingo (2023): Klimapolitik und soziale Gerechtigkeit. Wie die deutsche Bevölkerung Zielkonflikte in der Transformation wahrnimmt. Bertelsmann Stiftung. Gütersloh.
- infratest dimap (2023): ARD-DeutschlandTREND Dezember 2023. Eine repräsentative Studie im Auftrag der tagesthemen. Online verfügbar unter <https://www.tagesschau.de/inland/deutschland-trend/deutschlandtrend-pdf-132.pdf>, zuletzt geprüft am 01.07.2024.
- infratest dimap (2024): ARD-DeutschlandTREND April 2024. Eine repräsentative Studie im Auftrag der tagesthemen. Online verfügbar unter <https://www.tagesschau.de/inland/deutschlandtrend/deutschlandtrend-pdf-140.pdf>, zuletzt geprüft am 01.07.2024.
- Kibbe, Alexandra (2017): Intrinsische Umweltmotivation: Selbstbestimmungstheorie und Campbell-Paradigma im Vergleich.

- Kilian, Sven; Mann, Andreas (2020): When the Damage is Done: Effects of Moral Disengagement on Sustainable Consumption. In: *JOP* 20 (1). Online verfügbar unter <https://articlearchives.co/index.php/JOP/article/view/4583>.
- Kuntze, Lennart; Fesenfeld, Lukas Paul (2021): Citizen assemblies can enhance political feasibility of ambitious climate policies. In: *SSRN Journal*. DOI: 10.2139/ssrn.3918532.
- Kurz, Tim; Prosser, Annayah M.B.; Rabinovich, Anna; O'Neill, Saffron (2020): Could Vegans and Lycra Cyclists be Bad for the Planet? Theorizing the Role of Moralized Minority Practice Identities in Processes of Societal-Level Change. In: *J Social Issues* 76 (1), S. 86–100. DOI: 10.1111/josi.12366.
- Lage, Jonas; Thema, Johannes; Zell-Ziegler, Carina; Best, Benjamin; Cordroch, Luisa; Wiese, Frauke (2023): Citizens call for sufficiency and regulation — A comparison of European citizen assemblies and National Energy and Climate Plans. In: *Energy Research & Social Science* 104, S. 103254. DOI: 10.1016/j.erss.2023.103254.
- Lorenz, Jan; Paetzel, Fabian; Tepe, Markus (2017): Just Don't Call it a Tax! Framing in an Experiment on Voting and Redistribution. In: *J Exp Polit Sci* 4 (3), S. 183–194. DOI: 10.1017/XPS.2016.7.
- Loschelder, David D.; Siepelmeyer, Henrik; Fischer, Daniel; Rubel, Julian A. (2019): Dynamic norms drive sustainable consumption: Norm-based nudging helps café customers to avoid disposable to-go-cups. In: *Journal of Economic Psychology* 75, S. 102146. DOI: 10.1016/j.joep.2019.02.002.
- Mau, Steffen; Lux, Thomas; Westheuser, Linus (2023): Triggerpunkte. Konsens und Konflikt in der Gegenwartsgesellschaft. Berlin: Suhrkamp Verlag.
- Melloh, Luisa; Rawlins, Julia; Sippel, Maike (2022): Übers Klima reden: Wie Deutschland beim Klimaschutz tickt. Wegweiser für den Dialog in einer vielfältigen Gesellschaft. Climate Outreach. Oxford.
- Mohammadzadeh Valencia, Farah; Mohren, Cornelia; Ramakrishnan, Anjali; Merchert, Marlene; Minx, Jan C.; Steckel, Jan Christoph (2024): Public support for carbon pricing policies and revenue recycling options: a systematic review and meta-analysis of the survey literature. In: *npj Clim. Action* 3 (1). DOI: 10.1038/s44168-024-00153-x.
- Nagel, Laura (2022): Vom Gefahren- zum Chancennarrativ. Wie Klimakommunikation psychologische Barrieren gegenüber nachhaltigem Handeln überwinden kann. Institute for Advanced Sustainability Studies (IASS). Potsdam (IASS Discussion Paper).
- Peeters, Wouter; Diependaele, Lisa; Sterckx, Sigrid (2019): Moral Disengagement and the Motivational Gap in Climate Change. In: *Ethic Theory Moral Prac* 22 (2), S. 425–447. DOI: 10.1007/s10677-019-09995-5.
- Pleger, Lyn Ellen (2019): Democratic Acceptance of Spatial Planning Policy Measures. Cham: Springer International Publishing.
- pollytix (2024): Gesellschaftliche Akzeptanz und Wahrnehmung von Umweltpolitik – Segmentspezifische Analysen. Abschlussbericht. Hg. v. Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz (BMUV). pollytix strategic research gmbh.
- Pugno, Maurizio; Sarracino, Francesco (2021): Intrinsic vs extrinsic motivation to protect the environment: correlational and causal evidence. Online verfügbar unter <https://mpira.ub.uni-muenchen.de/107143/>.
- Rinscheid, Adrian; Wüstenhagen, Rolf (2019): Germany's decision to phase out coal by 2038 lags behind citizens' timing preferences. In: *nature energy* 4 (10), S. 856–863. DOI: 10.1038/s41560-019-0460-9.
- Rode, Johannes; Weber, Alexander (2016): Does localized imitation drive technology adoption? A case study on rooftop photovoltaic systems in Germany. In: *Journal of Environmental Economics and Management* 78, S. 38–48. DOI: 10.1016/j.jeem.2016.02.001.
- Sarathchandra, Dilshani; Haltinner, Kristin (2020): Trust/distrust judgments and perceptions of climate science: A research note on skeptics' rationalizations. In: *Public understanding of science (Bristol, England)* 29 (1), S. 53–60. DOI: 10.1177/0963662519886089.
- Schipperges, Michael; Denk, Albert (2024): Umweltpolitik im Dialog – Umwelt / Populismus / Demokratie. Ergebnisse des Arbeitspakets 1: Wissenschaftliche Grundlagen. Zwischenbericht. Unter Mitarbeit von Klaus Jakob und Daria Ivleva. Umweltbundesamt (Texte, 45/2024).

- Schleer, Christoph; Wisniewski, Naima; Reusswig, Fritz A. (2024): Sozialökologische Transformation gestalten. Wie gesellschaftliche Barrieren überwunden und Resonanzpotenziale genutzt werden können. Abschlussbericht im Auftrag der Friedrich-Ebert-Stiftung.
- Schrader, Christopher; Diels, Jana; Thorun, Christian; Münsch, Marlene; Mohn, Carel; Jenny, Mirjam A. (2024): Effiziente Ansätze in der Klimakommunikation. Hg. v. Umweltbundesamt (Climate Change | 16/2024).
- Schuitema, Geertje; Steg, Linda; Forward, Sonja (2010): Explaining differences in acceptability before and acceptance after the implementation of a congestion charge in Stockholm. In: *Transportation Research Part A: Policy and Practice* 44 (2), S. 99–109.
- Shafiei, Arezu; Maleksaeidi, Hamideh (2020): Pro-environmental behavior of university students: Application of protection motivation theory. In: *Global Ecology and Conservation* 22, e00908. DOI: 10.1016/j.gecco.2020.e00908.
- Shulman, Hillary C.; Sweitzer, Matthew D. (2018): Varying Metacognition Through Public Opinion Questions: How Language Can Affect Political Engagement. In: *Journal of Language and Social Psychology* 37 (2), S. 224–237. DOI: 10.1177/0261927X17707557.
- Silvi, Mariateresa; Padilla, Emilio (2021): Pro-environmental behavior: Social norms, intrinsic motivation and external conditions. In: *Environmental Policy and Governance* 31 (6), S. 619–632. DOI: 10.1002/eet.1960.
- Sparkman, Gregg; Howe, Lauren; Walton, Greg (2021): How social norms are often a barrier to addressing climate change but can be part of the solution. In: *Behavioural Public Policy* 5 (4), S. 528–555. DOI: 10.1017/bpp.2020.42.
- SRF (2021): Öl- und Gasheizungen gehören bald der Geschichte an. Online verfügbar unter <https://www.srf.ch/news/abstimmungen-28-november-2021/kantone-und-gemeinden/abstimmung-kanton-zuerich-oel-und-gasheizungen-gehoren-bald-der-geschichte-an>, zuletzt aktualisiert am 28.11.2021, zuletzt geprüft am 01.07.2024.
- Stadelmann-Steffen, Isabelle (2011): Citizens as veto players: climate change policy and the constraints of direct democracy. In: *Environmental Politics* 20 (4), S. 485–507. DOI: 10.1080/09644016.2011.589577.
- Stoll-Kleemann, Susanne; Franikowski, Philipp; Nicolai, Susanne (2023): Development and Validation of a Scale to Assess Moral Disengagement in High-Carbon Behavior. In: *Sustainability* 15 (3), S. 2054. DOI: 10.3390/su15032054.
- Taberner, Carmen; Hernández, Bernardo (2012): A Motivational Model for Environmentally Responsible Behavior. In: *The Spanish Journal of Psychology* 15 (2), S. 648–658. DOI: 10.5209/rev_SJOP.2012.v15.n2.38876.
- Thaller, Annina; Posch, Alfred; Dugan, Anna; Steininger, Karl (2021): How to design policy packages for sustainable transport: Balancing disruptiveness and implementability. In: *Transportation Research Part D: Transport and Environment* 91, S. 102714. DOI: 10.1016/j.trd.2021.102714.
- Thaller, Annina; Wicki, Michael; Fleiß, Eva; Maier, Raphaela; Posch, Alfred (2024): Pushing low-carbon mobility: a survey experiment on the public acceptance of disruptive policy packages. In: *Climate Policy*, S. 1–13. DOI: 10.1080/14693062.2023.2182755.
- Tröndle, Tim; Annaheim, Jasmin; Hoppe, Janna; Hanger-Kopp, Susanne; Patt, Anthony (2023): Public preferences for phasing-out fossil fuels in the German building and transport sectors. In: *Environ. Res. Commun.* 5 (8), S. 81001. DOI: 10.1088/2515-7620/acec39.
- Uni Erfurt; BNITM; Uni Bamberg; Robert-Koch-Institut; BZgA; zpid; SMC (2024): PACE (Planetary Health Action Survey). Akzeptanz von Klimaschutzmaßnahmen. Online verfügbar unter <https://projekte.uni-erfurt.de/pace/topic/output/30-akzeptanz/>, zuletzt aktualisiert am 01.07.2024.
- van Valkengoed, Anne M.; Steg, Linda (2019): Meta-analyses of factors motivating climate change adaptation behaviour. In: *Nature Clim Change* 9 (2), S. 158–163. DOI: 10.1038/s41558-018-0371-y.
- Wicki, Michael; Fesenfeld, Lukas; Bernauer, Thomas (2019): In search of politically feasible policy-packages for sustainable passenger transport. Insights from choice experiments in China, Germany, and the USA. In: *Environ. Res. Lett.* 14 (8), S. 84048. DOI: 10.1088/1748-9326/ab30a2.

Wicki, Michael; Huber, Robert Alexander; Bernauer, Thomas (2020): Can policy-packaging increase public support for costly policies? Insights from a choice experiment on policies against vehicle emissions. In: *J. Pub. Pol.* 40 (4), S. 599–625. DOI: 10.1017/S0143814X19000205.

Wolf, Ingo; Ebersbach, Benita; Huttarsch, Jean-Henri (2023): Soziales Nachhaltigkeitsbarometer der Energie- und Verkehrswende 2023. Was die Menschen in Deutschland bewegt – Ergebnisse einer Panelstudie zu den Themen Energie und Verkehr. Forschungsinstitut für Nachhaltigkeit – Helmholtz-Zentrum Potsdam (RIFS).

Wolf, Ingo; Huttarsch, Jean-Henri; Fischer, Anne-Kathrin; Ebersbach, Benita (2022): Soziales Nachhaltigkeitsbarometer der Energie- und Verkehrswende 2022. Was die Menschen in Deutschland bewegt – Ergebnisse einer Panelstudie zu den Themen Energie und Verkehr. Institut für transformative Nachhaltigkeitsforschung e. V. (IASS).

Öko-Institut e.V. | Freiburg | Darmstadt | Berlin

Das Öko-Institut ist eines der europaweit führenden, unabhängigen Forschungs- und Beratungsinstitute für eine nachhaltige Zukunft. Seit der Gründung im Jahr 1977 erarbeitet das Institut Grundlagen und Strategien, wie die Vision einer nachhaltigen Entwicklung global, national und lokal umgesetzt werden kann. Das Institut ist an den Standorten Freiburg, Darmstadt und Berlin vertreten.

www.oeko.de | info@oeko.de

Kontakt

Dirk Arne Heyen | +49 30 405085-356 | d.heyen@oeko.de

Dieser Policy Brief entstand im Rahmen des Projekts „Wissenschaftliche Unterstützung Klimamonitoring, Klimapolitik und Klimawissenschaften“ im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK).
