



Transkript zum Podcast „Wenden bitte!“: Wie gewinnen wir die Gesellschaft für Klimapolitik?

Einleitung und Vorstellung	2
Einspieler: Kurzer Themenüberblick	3
Wie die Gesellschaft auf den Klimaschutz blickt	4
Polarisierung in der Gesellschaft	5
Triggerpunkte bei Klimathemen	5
Ursachen für Polarisierung	6
Beispiel Heizungsgesetz	7
Wir brauchen alle Akteure und verschiedene Maßnahmen	8
Akzeptanzfaktoren für klimapolitische Maßnahmen	9
Soziale Ausgestaltung	10
Kommunikation von Klimaschutzmaßnahmen	13
Vorgehen politischer Akteure	16
Ausblick und Schluss	17

Einleitung und Vorstellung

Mandy Schoßig:

Hallo zusammen, schön, dass ihr bei dieser letzten Folge unseres Podcast „Wenden, bitte!“ für dieses Jahr dabei seid. Zum Ende der Staffel haben wir uns ein Thema ausgesucht, was uns alle betrifft. Wir wollen den Blick heute auf uns als Gesellschaft wenden und schauen, wie motiviert wir für Klimaschutz und nachhaltiges Handeln insgesamt sind. Wenn wir heute diese Folge aufnehmen, dann war in den USA gerade Wahl. Vor einer Woche ungefähr. Und ich muss gestehen, der Ausgang hat mich doch überrascht. Ja, aber auf jeden Fall schockiert, weil in den USA Klimaschutz eine zunehmend kleinere Rolle zu spielen scheint.

Und da fragt man sich natürlich schon: Warum ist das so? Und auch in Deutschland? Genau. Wir haben die Ankündigung der Bundestagswahl im Februar. In den kommenden Monaten wird sich zeigen, wie wichtig das Thema für die Leute ist. Und ich mache mir da ehrlich gesagt schon ein paar Sorgen. Ist es angekommen, dass wir Klimaschutz brauchen, um auf diesem Planeten zu überleben?

Und wieso gibt es so viel Widerstand, wenn es um Klimaschutzmaßnahmen geht? Was treibt die Leute da um? Und das sind so Fragen, die wollen wir heute besprechen und klären. Ich bin Mandy Schoßig, ich leite die Kommunikation am Öko-Institut und an meiner Seite ist wieder Hannah Oldenburg, Social-Media Expertin und Redakteurin unseres Podcasts. Hallo Hannah.

Hannah Oldenburg:

Hallo Mandy, schön, wieder mit dabei zu sein. Ja, mich haben die Wahlergebnisse auch schockiert, ehrlich gesagt und vom Ampel-Aus gar nicht erst zu sprechen. Ich muss sagen, als Optimistin habe ich wohl bis zuletzt auf ein anderes Ergebnis gehofft. Aber umso wichtiger ist es, dass wir nach vorn blicken, dass wir schauen, warum die Gesellschaft scheinbar so gespalten ist und wie wir es schaffen, dass Klimaschutz als positiver Wandel verstanden werden kann. Denn das geht sicherlich nicht ohne das Handeln politischer Akteure. Aber ich denke, dazu kommen wir gleich noch.

Mandy Schoßig:

Ja, ganz bestimmt. Um unsere vielen Fragen bei dem Thema zu beantworten, habe ich Dirk Arne Heyen eingeladen. Dirk ist Senior Researcher im Bereich Umweltrecht und Governance und sitzt heute mit uns im Studio hier, weil er wie wir am Berliner Standort arbeitet. Sehr schön. Dirk ist Politikwissenschaftler und forscht und berät unter anderem zu sozialen Aspekten der Umwelt- und Klimapolitik. Hallo Dirk, schön, dass du da bist.

Dirk Arne Heyen:

Hallo Mandy. Hallo Hannah. Freue mich, hier zu sein.

Hannah Oldenburg:

Hallo Dirk. Ja, wir haben nicht so viele Kolleg*innen, die sich in der Vergangenheit mal auf die Bühne gestellt haben, um in so was wie einem Science Slam komplexe Themen wie die Klimapolitik zu erklären. Du hast es aber schon ein paar Mal gemacht. Erzähl mal kurz von dieser Slammer-Karriere aus deiner Vergangenheit.

Dirk Arne Heyen:

Also bei den Science Slams geht es darum, ein wissenschaftliches Thema in zehn Minuten möglichst unterhaltsam, witzig einem breiten, also nicht wissenschaftlichen Publikum näher zu bringen. Und ich habe das eine Weile gemacht, so 2019/2020. Vor allem mit einem Thema, was erst mal nicht so superpopulär ist, nämlich das Thema Suffizienz, also klimafreundliche Verhaltensweisen wie weniger Fliegen, weniger Fleisch und warum wir diese Suffizienzmaßnahmen brauchen, und dafür auch politische Instrumente brauchen.

Ich glaube, es hat trotzdem ganz gut funktioniert, dass unterhaltsam und witzig rüberzubringen. Wer will, findet auch auf [YouTube noch Videos dazu](#). Aber man muss vielleicht auch dazu sagen, wie gesagt, ich war aktiv zu 2019/2020. Das war ein bisschen die Hochphase der Klimaschutzbewegung, der großen Fridays-for-Future Demos. Und ja, wer weiß, wenn ich heute den Science Slam halten würde, ob da die Reaktionen im Publikum ein bisschen anders wären als damals?

Mandy Schoßig:

Ja, wir hoffen ja nicht, aber wir haben vor allem länger als zehn Minuten Zeit heute. Das ist schon mal gut. Und noch eine Frage: Wir haben viele Kolleg*innen hier, die wir auch schon interviewt haben, die ein Nischenthema haben, so ganz nischiges Expertenwissen, während du in deiner Forschungsarbeit oftmals einen breiten Blick auf Klimaschutz und auf die Gesellschaft wirfst. Was macht man als Politikwissenschaftler so am Öko-Institut?

Dirk Arne Heyen:

Ja, berechtigte Frage, weil tatsächlich die meisten Kollegen eher aus dem naturwissenschaftlichen Bereich oder aus dem technischen Umweltschutz kommen. Als ich ans Institut kam, dachte ich: Okay, als Politikwissenschaftler bin ich derjenige, der sich mit Politikinstrumenten beschäftigt. Musste dann aber schnell feststellen, dass sich die Kolleg*innen doch auch irgendwie sehr gut mit Politikinstrumenten in ihrem jeweiligen Themenfeld auskennen. Und so bin ich dann letztlich bei Themenfeld übergreifenden politischen und gesellschaftlichen Fragen gelandet wie: Wie funktioniert gesellschaftlicher Wandel, welche Rahmenbedingungen braucht nachhaltiger Konsum? Was sind soziale Gerechtigkeitsfragen? Wie steht es um die Akzeptanz von Klima- und Umweltpolitik?

Mandy Schoßig:

Ja, spannende Themen. Und eins davon beschäftigt uns auch heute. Und bevor wir da tiefer einsteigen, lasst uns noch mal kurz alle an Bord holen mit einem kleinen Überblick über das heutige Thema.

Einspieler: Kurzer Themenüberblick

Der Weg in eine klimaverträgliche und damit lebenswerte Zukunft braucht uns alle. Nicht nur die Wirtschaft muss nachhaltig produzieren und langlebigere Produkte bereitstellen, sondern auch die Politik muss Maßnahmen umsetzen und wichtige Rahmenbedingungen schaffen. Aber auch die Verbraucher*innen müssen sich auf Änderungen einstellen. Damit Klimaschutz in allen Bereichen des Lebens gelingt, müssen alle Akteure mitgehen. Laut einer aktuellen Studie sorgen sich 2/3 der Deutschen um mögliche Folgen des Klimawandels. Die Mehrheit rechnet damit, dass sich ihre Lebensweise dadurch zwangsweise ändern wird. Doch wie steht es um die Bereitschaft für Klimaschutz in der Gesellschaft, wenn das eigene Haus energetisch saniert oder der Parkplatz vor der Tür gegen Fahrradstellplätze getauscht werden soll, kann sich Widerstand bilden. Warum ist das so? Was steht der Akzeptanz in der Gesellschaft im Weg? Wie erreichen wir Akzeptanz und Motivation für Klimaschutz, um in allen notwendigen Bereichen die Transformation voranzubringen?

Hannah Oldenburg:

Okay, schon wieder einige Fragen, die wir heute klären wollen. Wir haben gerade gehört, eine Mehrheit der Deutschen sorgt sich um die Folgen des Klimawandels. Wahrscheinlich sorgen sie sich auch um die Kosten der Veränderung. Kannst du uns noch mal kurz abholen? Wie ist denn die Stimmung gerade in Deutschland? Wie blicken wir so als Gesellschaft auf den Klimaschutz?

Wie die Gesellschaft auf den Klimaschutz blickt

Dirk Arne Heyen:

Also die Antworten hängen ein bisschen davon ab, wie man die Fragen stellt. Wenn man nach Prioritäten fragt, dann hat der Klimaschutz verloren in der Prioritätenliste. Es gab mal eine Zeit lang, da war es das Nummer eins Thema. Wenn man gefragt hat: Was ist das wichtigste Problem, das die Politik adressieren sollte? Wenn man jetzt die Frage stellt, dann sind es tendenziell eher andere Fragen wie Migration, Krieg, Frieden oder Wirtschaft und Arbeitsplätze. Aber es gehört immer noch zu den Top vier Prioritäten, die die Leute sehen. Und wenn man speziell zum Klimawandel und Klimaschutz fragt Wie wichtig ist der den Leuten? Dann stellt man schon fest, dass einer breiten Mehrheit das immer noch sehr wichtig ist. Es gab zum Beispiel Anfang des Jahres eine Studie von der Ebertstiftung, die haben gefragt auf einer Skala von 0 bis 10, wie wichtig ist das Thema Klimawandel für Sie? Von gar nicht wichtig bis super wichtig. Und es haben fast 2/3 der Leute haben die Werte 8,9, oder 10.

Also es ist Ihnen wirklich wichtig. In dem Sinne ist es weiterhin ein wichtiges Thema, aber in der Priorisierung nach hinten gerutscht, muss man sagen.

Mandy Schoßig:

Und würdest du sagen, diese Zahlen zeigen auch, dass das Thema angekommen ist in der Gesellschaft? Zumindest eine Partei wird immer wieder dabei gesehen, dass sie sagt Klimawandel, das gibt es gar nicht so richtig und machen müssen wir da schon gar nichts dagegen.

Dirk Arne Heyen:

Ja, also ich glaube, die Zahlen zeigen, dass eine wirklich weit überwiegende Mehrheit der Bevölkerung das Thema wichtig finden. Das Thema ist angekommen und die Leute sehen Handlungsbedarf, vor allem bei Politik und Wirtschaft, aber auch durchaus bei sich selbst. Wir sehen aber auch, dass die allgemeine Zustimmung zum Klimaschutz nicht unbedingt Zustimmung zu konkreten klimapolitischen Maßnahmen bedeutet. Und was wir auch sehen, ist eine gewisse Polarisierung. Die in letzter Zeit zugenommen hat, bei der Frage, ob es den Leuten zu schnell oder zu langsam beim Klimaschutz geht.

Hannah Oldenburg:

Zu dem Thema Polarisierung kommen wir bestimmt gleich noch mal. Mich würde noch interessieren: Wenn angekommen ist, dass es Klimaschutzmaßnahmen braucht, fühlen sich die Menschen auch mitverantwortlich für die Klimakrise?

Dirk Arne Heyen:

Ja. Nicht in erster Linie. Sie sehen in erster Linie Wirtschaft und Politik in der Verantwortung. Wobei das Zutrauen in die Politik, tatsächlich Lösungen zu finden, in den letzten Jahren gesunken ist. Sie

sehen sich selbst nicht in erster Linie, aber Sie sehen auch sich selbst in der Verantwortung, mehr oder zumindest so viel zu tun wie bisher.

Polarisierung in der Gesellschaft

Mandy Schoßig:

Du hast schon das Stichwort Polarisierung benutzt. Was verstehen wir denn darunter, wenn es um Debatten rund um Klima und Umweltschutz geht?

Dirk Arne Heyen:

Polarisierung meint zunächst mal, dass man inhaltlich gegensätzliche Einstellungen vorfindet und entlang von bestimmten sozio-strukturellen Merkmalen, zwischen verschiedenen Einkommensgruppen oder nach Bildungsgrad. Wenn das der Fall ist, dann steigt damit auch die Konfliktwirkung. Und wir haben das, was man affektive Polarisierung nennt. Wie ist meine Haltung gegenüber Leuten, anders denken?

Und wir sehen, wenn man allgemein zum Klimaschutz fragt, ist die Polarisierung eher gering. Das zeigt auch unter anderem die [Triggerpunkt Studie von Steffen Mau](#) und anderen. Aber wenn man konkreter fragt oder die Fragen anders formuliert, dann ist es auch anders. Bei der Frage: Geht es Ihnen beim Klimaschutz zu schnell, zu langsam? Sind die Anstrengungen der Bundesregierung zu groß oder zu gering? Da sehen wir eben, dass 1/3 der Leute sagt, es geht ihnen zu langsam. Aber 1/4 der Leute sagt auch, es geht ihnen zu schnell. Und das ist eine Polarisierung.

Und was mir mehr Bedenken macht, ist Stichwort affektive Polarisierung. Es gab eine Studie der TU Dresden letztes Jahr, die gezeigt hat, dass das Thema Klimaschutz eins der diesbezüglich am stärksten polarisierten Themen ist. Die Leute haben gegenüber Leuten mit anderen Positionen relativ stark negative, auch emotional behaftete Einstellungen.

Mandy Schoßig:

Und was sind dann da genau die Punkte beim Thema Klimaschutz? Du hast schon gesagt, es geht zu schnell, zu langsam. Was sind da die Triggerpunkte?

Triggerpunkte bei Klimathemen

Dirk Arne Heyen:

Sagen wir mal vor ein paar Jahren, da war der Klimaschutz vor allem im Stromsektor, mit der Energiewende und der zunehmenden Ökostromerzeugung das zentrale Thema. Das hat die Leute noch nicht so direkt tangiert, weil der Strom weiterhin aus der Steckdose kam. Und jetzt kommt der Klimaschutz auch verstärkt in Themenfeldern an, die den Alltag der Leute betreffen.

Man sagt auch, der Klimaschutz ist auf den Tellern und in den Kellern, also den Heizungskellern, der Leute angekommen und auch im Verkehrsbereich. Und hier treffen unterschiedliche Interessen und teilweise verschiedene Werte und Identitäten aufeinander. Und solche Themenfelder sind dann anfällig für polarisierte Debatten.

Hannah Oldenburg:

Die Daten in der Triggerpunkte Studie von Steffen Mau, die du angesprochen, die wurden ja 2021 erhoben. Seitdem sind vielleicht sogar eher noch ein paar Krisen hinzugekommen. Und jetzt hast du gerade schon gesagt, dass es diese Polarisierung gibt. Meinst du, wenn man heute noch mal die Studie machen würde, würde das noch schlimmer ausfallen oder wie würdest du das einschätzen?

Dirk Arne Heyen:

Noch schlimmer kann man nicht sagen, weil die Studie damals eher den Befund hatte, dass die Polarisierung nicht so groß ist, wie sie öffentlich wahrgenommen wird, dass es doch einen relativ breiten Konsens, was den Klimaschutz grundsätzlich betrifft, gibt in der Gesellschaft. Was aber meines Erachtens auch an den Fragen lag, die so gestellt wurden und eher allgemeinere Aussagen zum Klimaschutz, die abgefragt worden sind. Ich glaube, die Daten wären auch damals schon ein bisschen anders ausgefallen, wenn man Fragen wie zu schnell, zu langsam oder eben konkrete Maßnahmen abgefragt hätte. Aber tatsächlich glaube ich auch, dass wenn man dieselben Fragen heute noch mal stellen würde, dass man ein bisschen mehr Polarisierung bei solchen Aspekten sehen würde.

Mandy Schoßig:

Okay, dann haben wir jetzt einen guten Befund. Wir würden gerne noch einmal dahintergucken und auf die Ursachen zu dieser Polarisierung schauen. Was führt denn dazu? Was sind die Ängste oder Sorgen, die dahinter stehen? Was würdest du da sagen?

Ursachen für Polarisierung

Dirk Arne Heyen:

Zum einen den Punkt, den ich gerade schon hatte, dass der Klimaschutz stärker den Alltag der Leute betrifft, spürbarer ist und Veränderungen der Gewohnheiten verlangt. Das macht, glaube ich, anfällig. Das sind Aspekte, die anfällig für Abwehrreaktionen oder Widerstand sind. Und ich meine die Krisen der letzten Jahre, auch wenn nicht direkt. Auch wenn viele der Krisen nicht direkt mit dem Klimaschutz zu tun haben, sind es günstige Rahmenbedingungen, die die Sorgen der Leute verstärkt werden und man sich an der Bewahrung dessen klammert, was man gewohnt ist. Und im Klimabereich keine großen Veränderungen, große Unsicherheit braucht oder will. Ich glaube, die Veränderungsbereitschaft und Begeisterung der Leute hat darunter gelitten.

Hannah Oldenburg:

Also stehen da Ängste dahinter?

Dirk Arne Heyen:

Ja, also ich glaube, dass die generelle Zukunftsbesorgnis zugenommen hat und dass die Rahmenbedingungen für den Klimaschutz es schwieriger machen. Und dann gibt es auch ganz konkrete Sorgen, die direkt den Klimaschutz betreffen. Das Thema Bezahlbarkeit war schon in Studien vor dem Ukrainekrieg und der Energiepreiskrise in der Studie mit Abstand das zentrale Anliegen der Leute. Und das hat sich seitdem noch verstärkt. Jetzt, die letzten Wochen und Monate, kommt das Thema wirtschaftliche Entwicklung und Arbeitsplätze noch hinzu.

Mandy Schoßig:

Ja, wir wollen gerne noch mal auf ein Thema als Beispiel gucken. Da wurde schon viel drüber gesprochen, aber wir wollen es noch mal ein bisschen auseinanderklamüsern. In diesem

Triggerpunkte Kontext das Heizungsgesetz: Was ist hier schiefgelaufen? Warum hat das Thema so polarisiert?

Beispiel Heizungsgesetz

Dirk Arne Heyen:

Ich glaube, das enorme Ausmaß der medialen Debatte war nicht unbedingt vorhersagbar, aber man hätte besser vorbereitet sein können. Und erwarten können, dass so etwas wie das Heizungsgesetz, was den Nahbereich und ein Grundbedürfnis der Leute, dem Bedürfnis nach Wärme, betrifft, dass das ein gewisses Widerstandspotential hat, wenn man da mit recht klaren Anforderungen und auch größeren Investitionen ran will. Wobei da teilweise Zahlen kursiert sind, die abstrus waren, aber darum nicht missverstanden zu werden wir brauchen so was wie das Heizungsgesetz, wir müssen weg von Öl und Gasheizungen. Aber ich glaube, man hätte sich strategisch besser vorbereiten müssen.

Mandy Schoßig:

Der Triggerpunkt, würdest du sagen, war da eine mangelnde Information oder eine mangelnde zeitliche Vorbereitung? Was war so das Ausschlaggebende, was dann zu diesem Aufschrei geführt hat? Außer dass es durchaus auch eine mediale Kampagne war von Gegner*innen dieses Gesetzes.

Dirk Arne Heyen:

Genau. Wenn man das auf diese Triggerpunkte bezieht, dann sehen wir, es betrifft Sachen, nämlich Öl und Gasheizungen, die jahrzehntelang die Normalität waren und mit der Wärmepumpe eine Technologie befördern, die total sinnvoll, aber weitgehend unbekannt war in der Bevölkerung. Und das in einer Zeit, wo mit Ukrainekrieg und Energiepreiskrise zum einen das Argument für gut mehr Abhängigkeit von russischem Gas auf seiner Seite, hatte aber andererseits eine Zeit mit sehr starken Energiepreisanstiegen und auch generell großer Inflation hatte. Und wenn man da mit der Maßnahme kommt, die gewisse Investitionen erforderlich machen, hätte man da einiges besser machen können.

Mandy Schoßig:

Und zwar was? Das ist ja immer die große Frage, so im Nachhinein deutlich einfacher zu beantworten. Aber was hätte man denn tatsächlich besser machen können als kleine Serviceeinheit?

Dirk Arne Heyen:

Ja, jetzt ein bisschen zu spät, aber für das nächste Heizungsgesetz oder Ähnliches. Für dieses Informationsdefizit, die Wärmepumpe als unbekanntes Technologie: man hätte in dem Fall mit ausreichend Vorlauf zu dem Gesetzesentwurf eine Informationskampagne gebraucht. Es gibt viele Informationskampagnen, bei denen ich mich manchmal frage, was der Sinn und Zweck dafür ist. Aber in dem Fall wäre es, wirklich angemessen gewesen. Und vor allem gab es ein halbes Jahr vorher, im Sommer 2022, vom Bundeswirtschaftsministerium eine große Informationskampagne zum Energiesparen. Das war hier 80 Millionen fürs Energiesparen. Und da ging es aber nur ums Energiesparen, da hätte man die Wärmepumpe wirklich mit einbauen können.

Man hätte auch konkrete Zahlen gebraucht, Rechenbeispiele, Positivbeispiele aus dem Alltag der Leute gebraucht. Wo funktioniert die Wärmepumpe auch im Altbau? In den skandinavischen

Ländern ist die Wärmepumpe schon Standard, obwohl es da die kälteren Winter gibt als bei uns, wie kann man bei verschiedenen Gebäudetypen rechnen, wie schnell sich das amortisiert? Da hätte man Zahlen gebraucht, um für die seriösen Medien Zahlen parat zu haben gegen die teilweise abstrusen Zahlen, die in der Gegenkampagne liefen.

Und was im Nachhinein fatal war, ist, dass dieser Referentenentwurf, der die Anforderungen festgelegt hat, dass der kursiert, ist okay, der ist geleakt worden, das war nicht geplant, aber hätte man vielleicht bei der Koalition mitrechnen können, wie wir sie sozusagen vergangenheitsweise hatten. Man hätte diesen Referentenentwurf nicht kursieren lassen dürfen, ohne sprechfähig zur Förderkulissee, also zu den möglichst sozial gestaffelten Förderbedingungen zu sein.

Hannah Oldenburg:

Gut, jetzt haben wir schon einige Male darüber gesprochen, was Verbraucher*innen so tun müssen und dass wir die für den Klimaschutz brauchen. Wir brauchen doch vor allem diese großen Hebel, brauchen die Veränderungen in der Industrie und solche Instrumente wie den Emissionshandel. Brauchen wir da überhaupt die einzelnen Leute? Oder reichen nicht diese großen Instrumente, die viel mehr bewirken?

Wir brauchen alle Akteure und verschiedene Maßnahmen

Dirk Arne Heyen:

Ja und nein. Wir brauchen vor allem diese großen Instrumente wie den Emissionshandel als Rahmenbedingungen, die die großen wirtschaftlichen Akteure betreffen. Aber der Klimaschutz braucht letztlich alle Akteure. Produktion und Konsum sorgen gemeinsam für den CO₂-Ausstoß, den wir haben und der den Klimawandel verursacht. Wir haben diese großen Instrumente wie den Emissionshandel. In den entsprechenden Bereichen Energiewirtschaft, energieintensive Industrie haben wir in den letzten Jahren relativ große Emissionseinsparungen gehabt, da, wo es noch hakt. Das sind dann eher der Verkehrs- und Gebäudebereich. Und da sind auch wirtschaftliche Akteure gefragt, Stichwort Wohnungswirtschaft oder Automobilindustrie in Sachen Antriebswende, aber hier zählen auch die Entscheidungen der Verbraucher*innen, ob sie ihr Gebäude sanieren, was sie für eine Heizung kaufen und wie sie sich fortbewegen.

Deswegen brauchen wir alle Akteure und wir brauchen auch alle Arten von Maßnahmen, nicht nur die Maßnahmen, die problemlos sind, wie mehr Beratung, mehr Information, finanzielle Förderung, die meistens auf große Zustimmung stoßen, sondern wir brauchen auch sogenannte Push-Maßnahmen. Wir brauchen Preisanreize und ordnungsrechtliche Vorgaben, die gewisse Rahmenbedingungen für die Bürgerinnen und Bürger setzen.

Mandy Schoßig:

Ja, und zu diesem Preisinstrumenten konkret, heißt das Preise für bestimmte Dinge steigen, um sie auch unattraktiver zu machen, weil sie klimaschädlich sind? Und die betreffen dann unter Umständen auch uns direkt, weil Dinge teurer werden. Ist das eine gute Idee? Du hast gerade gesagt, die treffen nicht auf viel Zustimmung. Warum brauchen wir die dann trotzdem? Ich denke mal an die Bundestagswahl und den Wahlkampf. Okay, das ist eine spezielle Situation, aber warum brauchen wir die trotzdem?

Dirk Arne Heyen:

Wenn es nach manchen politischen Akteuren ginge, dann würden wir nur darauf setzen. Gerade bei den bürgerlich konservativen Parteien, die setzen viel auf den CO₂-Preis. Das wäre dann wiederum auch problematisch.

Die Verbraucherforschung zeigt, dass nur mit Informationen nicht ausreichend Verhaltensveränderungen oder Investitionen in klimafreundliche Technologien zeitigen. Und wenn wir davon ausgehen, dass wir das nicht nur mit finanzieller Förderung erreichen und es uns möglicherweise von den Staatsfinanzen auch nicht leisten können, dann brauchen wir auch Preissignale. Die signalisieren: Okay, CO₂ wird teurer und es gibt einen klaren finanziellen Anreiz und finanzielle Anreize wirken tendenziell gut. Dann brauchen wir auch solche Maßnahmen.

Aber letztlich kommt es auf die Kombination von Maßnahmen an. Klar ist auch, nur der CO₂-Preis oder auch nur solche Sachen teurer zu machen, damit ist es auch nicht getan. Wir brauchen sowohl für effektiven Klimaschutz als auch für die gesellschaftliche Akzeptanz einen Maßnahmen-Mix, der solche Preisinstrumente oder auch Ordnungsrecht verbindet mit Maßnahmen, die wirtschaftliche Akteure betreffen, mit unterstützenden Maßnahmen, mit Beratungen, mit finanziellen Förderungen, auch mit auch mit Maßnahmen, die die Handlungsmöglichkeiten der Leute stärkt, die entsprechende Infrastrukturen attraktiver macht, den Nahverkehr ausbaut. Was auch klar ist, wenn wir uns die CO₂-Bepreisung angucken. Wir müssen stärker auf die soziale Ausgestaltung achten.

Hannah Oldenburg:

Gut, damit hast du einen guten Bogen gespannt zu unserer Ausgangsfrage. Jetzt haben wir den Instrumenten-Mix. Wir wissen, dass wir alle möglichen Instrumente benötigen. Wir brauchen nicht nur Industrie, sondern auch die einzelnen Verbraucher*innen für erfolgreichen Klimaschutz. Dann ist jetzt nur noch die Frage: Wie gestalten wir diese Klimapolitik, damit auch wirklich alle mitgehen? Wie bekommen wir die Akzeptanz und Motivation für nachhaltiges Handeln?

Akzeptanzfaktoren für klimapolitische Maßnahmen

Dirk Arne Heyen:

Es gibt verschiedene Ansatzpunkte. Ich habe kürzlich mit einer Kollegin die sozialwissenschaftliche Akzeptanzforschung zusammengefasst, was man weiß über Einflussfaktoren auf die gesellschaftliche Zustimmung zu einzelnen klimapolitischen Maßnahmen. Und da haben wir diese Faktoren geclustert in drei Punkten.

Das eine ist die Ausgestaltung von Maßnahmen. Das zweite ist die Kommunikation von Maßnahmen. Und dann gibt es noch ein paar Aspekte, des Vorgehens politischer Akteure. Meine Zentrale ist wahrscheinlich die Ausgestaltung und hier ist der schon erwähnte Maßnahmenmix, der eine zentrale Punkt. Das zeigen auch Studien, dass solche Maßnahmenpakete, in denen preis- und ordnungsrechtliche Instrumente in fördernde Maßnahmen eingebettet sind, dass die auf größere Zustimmung stoßen als Push-Maßnahmen einzeln. Die Studien zeigen auch, dass die Gerechtigkeitsbewertung der Leute zu einzelnen klimapolitischen Maßnahmen ein zentraler Faktor auf die Gesamtzustimmung für das Instrument ist.

Mandy Schoßig:

Dann lass uns bei dieser Ausgestaltung bleiben. Wir gehen diese drei Faktoren durch, die du gesagt hast. Was heißt denn soziale Ausgestaltung ganz konkret? Was muss da passieren, damit nicht so viel Widerstand entsteht?

Soziale Ausgestaltung

Dirk Arne Heyen:

Ja, gute Frage. Und was soziale Gerechtigkeit ist, lässt sich nicht ganz pauschal allgemeingültig beantworten, weil dann Leute auch verschiedene Gerechtigkeitsvorstellungen haben können. Aber was wir wissen, das Thema Bezahlbarkeit ist von zentraler Bedeutung für die Leute. Und wenn man dann tiefer bohrt und fragt: Okay, welche Verteilung von Kosten und Nutzen ist denn für die Leute gerecht? Ist es, wenn es für alle gleich verteilt ist? Oder ist es streng nach Verursacherprinzip? Wer verschmutzt, der zahlt? Oder geht es nach Leistungsfähigkeit oder eben andersrum nach Unterstützungsbedarf der Leute? Dann kriegt man nicht dieselbe Antwort von allen.

Aber tendenziell legen die Leute eher Wert auf diesen Aspekt der Bedarfsgerechtigkeit. Also welche Unterstützung brauchen die Leute, um mit zum Beispiel steigenden Preisen zurechtzukommen oder sich klimafreundlich zu verhalten? Und da ist klar, dass bestimmte Bevölkerungsgruppen, zum Beispiel einkommensschwache Haushalte, mehr Unterstützung brauchen, als das bisher der Fall war.

Hannah Oldenburg:

Wie setzt man das denn fest? Wer gilt als Haushalt mit niedrigem Einkommen? Wo setzt man da eine Grenze, um dann diese soziale Staffelung vorzunehmen?

Dirk Arne Heyen:

Üblicherweise werden die Haushalte in verschiedene Einkommensziele aufgeteilt, also Einkommensgruppen. Die zehn Prozent der niedrigsten verdienenden und die zehn Prozent höchsten und so weiter. Ich meine, da gibt es nicht die starre Grenze, sondern das muss man maßnahmenpezifisch festlegen, welche Gruppen man fördert oder möglicherweise auch zu unterschiedlichen Anteilen fördert. Bei der Förderung des Heizungs-austausches gibt es für alle unter einem Haushaltseinkommen von 40.000 Euro einen sogenannten Einkommensbonus. Das heißt, es gibt 30 Prozent Grundförderung für alle. Und dann gibt es noch mal 30 Prozent Extraförderung für Haushalte, die unter dieser Einkommensgrenze von 40.000 Euro liegen. Wenn man sich das Förderprogramm für Heizungs-austausch in Österreich anguckt, da wird es ein bisschen anders gemacht. Da wird die Förderung auf die 30 Prozent mit dem niedrigsten Einkommen fokussiert. Nur die bekommen eine Förderung. Dafür dann noch eine höhere Förderung. Also teilweise bis zu 100 Prozent in der untersten Einkommensgruppe.

Mandy Schoßig:

Und gibt es außer dem Einkommen noch andere Faktoren, die da eine Rolle spielen?

Dirk Arne Heyen:

Wenn man an größere Investitionen denkt, wie die Sanierung eines Gebäudes, den Tausch der Heizung oder den Kauf von einem Elektroauto, dann sind das natürlich Sachen, die man nicht aus dem laufenden Einkommen bezahlt, sondern eher aus dem angesparten oder möglicherweise auch geerbten Vermögen, so dass das Vermögen auch eine relevante Kategorie ist, zumindest bei diesen größeren Investitionen. Da ist das Problem, dass die Daten über die Vermögenslage der Leute nicht so gut ist, wie die zum Einkommen seit der Aussetzung der Vermögenssteuer, um das zu berücksichtigen. Und bürokratischen Aufwand und auch die Frage der Kontrollierbarkeit nach sich zieht.

Und auch die Frage, ob jemand in der Stadt oder auf dem Land wohnt, kann natürlich relevant sein. Gerade im Verkehrsbereich. Inwieweit man aufs Auto angewiesen ist und da haben wir wieder in Österreich den Fall, da gibt es schon eine Art Klimageld, nämlich den sogenannten Klimabonus. Und da gibt es zusätzlich zu dem Sockelbetrag, der für alle gleich ist, noch eine Komponente, die abhängig davon ist, wie gut die Region oder die Gemeinde an den öffentlichen Nahverkehr angeschlossen ist.

Hannah Oldenburg:

Jetzt hast du gerade den Bereich Mobilität angesprochen. Kannst du noch ein paar Beispiele nennen? In welchen Bereichen braucht es Klimaschutzmaßnahmen, die auch diese soziale Ausgestaltung haben? Wo ist das besonders wichtig?

Dirk Arne Heyen:

Ich denke, es ist vor allem da wichtig, wo grundlegende Bedürfnisse der Leute tangiert sind, also Energie, Wärme, Ernährung und die Mobilität. Zum Arbeitsplatz, zum Arzt, zum Einkaufen.

Mandy Schoßig:

Okay, in diesen ganzen Themen, die du gerade angesprochen hast: Wohnen, Mobilität und so weiter: Was ist denn da noch nicht sozial? Was würdest du sagen, sind die Knackpunkte, wo man rangehen kann?

Dirk Arne Heyen:

Im Prinzip sind das alle Instrumente, die die Energie, vor allem Strom und Wärme verteuern und damit auch die CO₂-Bepreisung sind. Das hatte ich ja gesagt als Preissignale, grundsätzlich richtig und wichtig, aber ohne flankierende Maßnahmen belasten sie Haushalte in unteren Einkommensgruppen proportional stärker. Das heißt, diese Haushalte geben einen größeren Anteil ihres Einkommens für Energie, Ernährung oder Wohnen aus. Und wenn man dann beispielsweise Energie verteuert, dann betrifft das diese Einkommensgruppen stärker.

Das heißt, es braucht flankierende Maßnahmen, um das zu vermeiden. Man muss aber feststellen, dass das, was wir bisher als flankierende Maßnahmen oder auch als finanzielle Fördermaßnahmen haben, dass die nicht sonderlich sozial ausgerichtet sind. Das gilt auch für viele umweltschädliche Subventionen, die wir aus ökologischen Gründen reformieren sollten, wie das Dienstwagenprivileg.

Aber es gilt leider auch für viele klimapolitische Fördermaßnahmen, von der Förderung von erneuerbaren Energien über die Förderung von Solarspeichern bis Ladestationen fürs E-Auto, also private Ladesäulen fürs E-Auto oder Gebäudesanierung. Bei all diesen Maßnahmen der letzten Jahre haben davon überdurchschnittlich einkommensstarke Haushalte profitiert, weil sie das benötigte Geld haben, um diese Investitionen zu stemmen. Das war auch in gewisser Weise nachvollziehbar, dass man das erst mal so gemacht hat, weil man eine gewisse Dynamik bekommen wollte und die Leute, die auch bereit sind, dass man die fördert. Aber jetzt haben wir eine Situation, wo wir von allen Klimaschutz wollen und wo wir eine CO₂-Bepreisung haben, die alle Leute betrifft. Und deswegen müssen wir jetzt stärker auf eine sozial ausgerichtete Gestaltung achten.

Hannah Oldenburg:

Okay, also das müsste man noch mal angehen und die Gelder umschichten. Gibt es denn auch auf der anderen Seite ein positives Beispiel, wo irgendwas schon mal gut läuft, woran wir uns orientieren können?

Dirk Arne Heyen:

Ja, ich hatte da das Beispiel erwähnt, dass wir beim Heizungstausch haben, der 30 Prozent Einkommensbonus. Das betrifft aber bisher nur den Heizungstausch. Im Prinzip bräuchte man so was auch im Bereich Gebäudesanierung oder um ein Beispiel außerhalb des Gebäudebereichs zu nehmen: Im Verkehr haben wir in Frankreich eine sehr spannende Maßnahme gehabt. Das nennt sich Social Leasing von der Kaufprämie für Elektroautos, die vor knapp einem Jahr abgeschafft wurde, aber jetzt wieder neu diskutiert wird, haben wir die Situation, dass vor allem einkommensstarke Haushalte sich ein Elektroauto angeschafft haben, möglicherweise sogar auch ein Zweitauto, und dass das an einkommensschwachen Haushalten bisher weitgehend vorbeiging.

Und was Frankreich jetzt gemacht hat, ist, dass einkommensschwache Haushalte, die mit dem Auto zur Arbeit pendeln, zu einem staatlich begünstigten monatlichen Leasingtarif Elektroautos zum Leasen anbietet, und zwar mit einer gewissen Klimakomponente, nämlich mit einer dezidierten Förderung von klimafreundlichen Kleinwagen.

Mandy Schoßig:

Ja, das ist gut, dass du dieses Beispiel sagst, weil ich mich die ganze Zeit gefragt habe: Heizungstausch, Kaufprämie das sind alles Maßnahmen für Leute mit eher mehr Einkommen oder mehr Vermögen. Wie können wir denn die Leute gewinnen, für die am Ende des Monats das Geld knapp wird? Und die haben verständlicherweise andere Sorgen als Klimaschutz. Gibt es da noch ein paar Ideen, wo man sagt: Okay, gerade auch auf die Leute gezielt können wir das machen?

Dirk Arne Heyen:

Ja, wir sprechen dann wahrscheinlich von Haushalten oder Leuten, die in erster Linie auf finanzielle Aspekte gucken. Was haben sie am Monatsende übrig, für was für Kosten sorgt eine klimapolitische Maßnahme? Und in dem Sinne zählt bei denen dann letztlich auch nur das finanzielle Argument, sozusagen die monetäre Wirkung. Da kann man nicht mit anderen Vorteilen von Klimaschutzmaßnahmen wie saubere Luft in der Straße von deinem Haus kommen, auch wenn es relevant ist, müssen wir diese Bevölkerungsgruppen stärker unterstützen. Und zwar möglichst nicht nur durch Kompensation. Nach dem Motto: Jetzt steigen die Energiepreise, jetzt geben wir euch mehr Geld, dass ihr das kompensiert und trotzdem bezahlen könnt. Das mag kurzfristig, gerade bei Preisschocks, notwendig sein, aber dann ist vom Energieverbrauch nicht viel gewonnen.

Deswegen müssen wir in erster Linie Maßnahmen ergreifen, die die strukturellen Ursachen angehen wegen der Leute in dem, was wir einen fossilen Lock-In nennen, gefangen sind.

Dirk Arne Heyen:

Sozusagen das unsanierte Gebäude, die alte Ölheizung, das alte Auto, was die Leute brauchen, weil es kein ÖPNV gibt. Also Maßnahmen, die den Energieverbrauch und die Energiekosten senken und damit sowohl einen klimapolitischen als auch einen sozialpolitischen Nutzen haben.

Mandy Schoßig:

Das heißt, das sind dann Maßnahmen, die nicht direkt bei den Leuten ansetzen, sondern die auf einer ganz anderen Ebene wirken.

Dirk Arne Heyen:

Wir brauchen entsprechende Infrastrukturen. Wir brauchen da, wo es sich anbietet, kommunale Wärmenetze, die künftig CO₂ frei betrieben werden. Wir brauchen den gut ausgebauten öffentlichen

Nahverkehr, aber wir brauchen die Förderprogramme, die speziell beim sozialen Wohnungsbau ansetzen. Und wir brauchen auch die Förderprogramme, bei den einzelnen Autobesitzer*innen Hauseigentümer*innen ansetzen, um sie in die Lage zu versetzen, die Investitionen zu tätigen, mit denen sie aus diesem fossilen Lock-In rauskommen.

Hannah Oldenburg:

Okay, dann habe ich noch eine Frage zu einem ziemlich bekannten Instrument, dem sogenannten Klimageld. Wahrscheinlich haben alle schon davon gehört. Ist das die Rettung in Sachen sozialverträglicher Klimaschutz und Akzeptanz?

Dirk Arne Heyen:

Das Klimageld ist sicherlich ein Baustein, aber die Erwartungen, die an das Klimageld gestellt werden in Teilen von Politik und Zivilgesellschaft, was die soziale Verträglichkeit und Akzeptanz des Klimaschutzes betrifft, die sind zu hoch und die kann es dann glaube ich, auch wiederum nicht erfüllen. Um es nochmal zu erläutern: Die Idee beim Klimageld ist, dass wir die Einnahmen aus der CO₂-Bepreisung, die wir haben, für eine Rückverteilung an die Bevölkerung nutzen. Da wurde die meiste Zeit diskutiert. Wir geben allen Leuten denselben Betrag wieder, was dann dazu führt, dass Leute, für wenig CO₂-Ausstoß verantwortlich sind, letztlich besser dastehen als ohne CO₂-Bepreisung und Klimagelder und die, die für mehr CO₂-Ausstoß verantwortlich sind durch einen höheren Energieverbrauch, das die schlechter dastehen.

Und nun ist es so, dass die Haushalte in den unteren Einkommensgruppen tendenziell einen geringeren CO₂-Ausstoß haben und damit im Durchschnitt von einem Klimageld profitieren würden. Das ändert aber nichts daran, dass es auch Haushalte gibt, die weil sie in schlecht isolierten Gebäuden wohnen oder eine alte Ölheizung haben oder beides oder auf ihr altes Verbrennerauto angewiesen sind und sich kein neues leisten können, dass die auch einen hohen CO₂-Ausstoß haben und letztlich das Klimageld nicht ausreicht, um die Mehrkosten von steigenden CO₂-Preisen zu kompensieren.

Das heißt man braucht zusätzlich zum Klimageld weitere Maßnahmen. Das Klimageld hilft, um die steigenden Alltagsausgaben für die Stromrechnung zu begleichen. Aber das Klimageld hilft nicht für große Investitionen wie eine Gebäudesanierung.

Hannah Oldenburg:

Okay, gut, dann haben wir jetzt viel über die Ausgestaltung und die verschiedenen Fördermaßnahmen und wie das sozial ausgestaltet werden muss gesprochen. Der zweite Faktor, den du angesprochen hast, ist die Kommunikation. Wie sollten Klimamaßnahmen bestmöglich kommuniziert werden, damit wir diese Akzeptanz in der Gesellschaft bekommen?

Kommunikation von Klimaschutzmaßnahmen

Dirk Arne Heyen:

Hier sind zwei Sachen wichtig. Das eine ist, das hat man beim Heizungsgesetz schon diskutiert, es braucht frühzeitige, gut verständliche Informationen. Und wenn die Maßnahmen den Alltag der Leute betreffen, dann müssen diese Informationen praxisnah sein. Es braucht Beispielhaushalte, bei denen es die Wärmepumpe schon gibt. Es braucht Rechenbeispiele zu verschiedenen Gebäude Standardsituationen. Es braucht reale Positivbeispiele, sei es von Leuten, die schon eine Wärmepumpe haben oder auch Positivbeispiele, wo solche Instrumente im Ausland schon

funktionieren und wo die Wärmepumpe Standard ist. Das macht weniger anfällig für Fake News und Desinformationen von entsprechenden Akteuren.

Und damit zusammenhängend braucht es auch ein Aufzeigen der Vorteile jenseits des Klimaschutzes. Das können diese monetären Wirkungen, also die langfristigen Einsparungen sein. Das können auch Gesundheitsaspekte sein, Lebensqualitätsaspekte. Das hängt dann davon ab, von welchem Handlungsfeld oder Maßnahme wir sprechen und welche Sorgen und Prioritäten in der gesellschaftlichen Debatte vorhanden sind.

Mandy Schoßig:

Und wer ist dann für diese Kommunikation verantwortlich? Also wer kommuniziert und wem wird auch geglaubt?

Dirk Arne Heyen:

Wir sehen, dass das Vertrauen in Politik gesunken ist in den letzten Jahren. Umso wichtiger ist, dass die Kommunikation von einem breiten Bündnis an Akteuren erfolgt. Was ich damit meine? Um ein Beispiel zu geben: Vor vier Jahren gab es ein Bündnis für ein allgemeines Tempolimit auf Autobahnen, das neben Umweltverbänden auch aus der Polizeigewerkschaft Nordrhein-Westfalen und einem Verkehrsunfallhilfeverein bestand. Das sind Akteure, die andere Bevölkerungsgruppen ansprechen, eine andere Glaubwürdigkeit haben als politische Akteure oder als Umweltverbände, und denen möglicherweise ein höheres Vertrauen entgegengebracht wird. Bündnisse klimapolitischer Akteure mit Gewerkschaften, Sozialverbänden, Mietervereinen oder Handwerker*innen.

Mandy Schoßig:

Kleiner Fun-Fact: Mir hat eine Kollegin letzte Woche erzählt, dass offensichtlich Berufsgruppen, die Uniform tragen, ein höheres Vertrauen entgegengebracht wird. Ich fand das total spannend. Wusstest du das?

Dirk Arne Heyen:

Ja, zumindest. Es gibt nicht auf Klimaschutz bezogene Befragungen: Welcher Akteursgruppen wird welches Vertrauen entgegengebracht? Und ich glaube, die Feuerwehr ist da standardmäßig auf Platz eins.

Mandy Schoßig:

Feuerwehr, Polizei, Ärzt*innen an Bord beim Klimaschutz.

Hannah Oldenburg:

Nächste Kampagne dann mit den Ärzt*innen.

Dirk Arne Heyen:

Auch super Beispiel in Sachen Gesundheitsfolgen des Klimawandels. Bei den Ärztekammernverbänden glaube ich, dass da noch Potenzial herrscht.

Hannah Oldenburg:

Dann wissen wir, es kommt auch darauf an, wer kommuniziert. Was ist denn mit dem Timing? Können wir da was von lernen? Ich denke da an unser schönes Beispiel des Heizungsgesetzes. Da haben wir gelernt, wäre eine frühzeitige Kommunikation und Aufklärung wichtig gewesen. Gibt es

da Vorschläge, wie oder wann man am besten solche anstehenden Veränderungen kommunizieren sollte?

Dirk Arne Heyen:

Klar gibt es günstigere und weniger günstige Rahmenbedingungen, um klimapolitische Vorschläge zu machen. Man sieht in manchen Studien, dass es mit günstigen Rahmenbedingungen sein kann, dass das Thema Klimaschutz so wie 2019 zur Hochzeit von Fridays-for-Future große Priorität und großes Konsensthema war. Das war eine günstige Zeit. Das Jahr darauf gab es das Urteil des Bundesverfassungsgerichts. Im Zuge dessen wurde die CO₂-Bepreisung eingeführt. Es gibt günstige Rahmenbedingungen, aber man kann sich die Rahmenbedingungen nicht aussuchen. Die Ampelkoalition musste mit den Rahmenbedingungen umgehen, die sie hatte und, es wäre wahrscheinlich keine Option gewesen, das Heizungsgesetz deutlich zu verschieben. Dafür ist der Handlungsdruck zu groß. Aber wenn die Rahmenbedingungen nicht die günstigsten sind, dann muss man umso mehr vorbereitet sein auf solche medialen Debatten.

Mandy Schoßig:

Und tatsächlich ploppen die Gesetze auch nicht einfach so aus dem Boden. Man weiß schon, dass man sich damit befassen will und dann sollte man auch mit frühzeitig da ansetzen und sagen: „Okay, wir fangen jetzt den Gesetzgebungsprozess an, dann fangen wir aber auch jetzt eine Präventivkommunikation an“. Das klingt alles schön und gut, aber es gibt immer ein Erbe, das wir dabei haben. Viele Leute sind schon von bestimmten Wörtern genervt. Wenn man nur das Wort vegan oder Lastenrad sagt in der Debatte, dann gehen die Ohren schon zu und niemand will mehr zuhören. Soll man solche Wörter dann vermeiden?

Dirk Arne Heyen:

Schwierige Frage. Klar kann man versuchen, auf Begriffe zu verzichten, die für bestimmte soziale Gruppen sehr negativ konnotiert sind. Und die genannten Beispiele gehören scheinbar tatsächlich mittlerweile dazu. Ich meine, wenn es Alternativbegriffe gibt, dann auf jeden Fall. Oder mit bestimmten Milieus kann man unterschiedliche Begriffe oder unterschiedliche Argumente nutzen, warum das attraktiv ist. Aber wahrscheinlich wird es nicht in jedem Fall die geeigneten Alternativbegriffe geben. Kann man sie sich versuchen auszudenken? Ich glaube, in dem Fall kommt es darauf an, auch unabhängig vom Begriff das Image des Gegenstandes zu verbessern, indem man, wenn man Bilder vom Lastenrad zeigt, mal nicht die vierköpfige Familie zeigt, die ihre zwei Kinder transportiert, sondern indem man den Handwerker zeigt, der damit jetzt sein Werkzeug transportiert und in der Parklücke parkt.

Mandy Schoßig:

Mir scheint es ehrlich gesagt so zu sein, dass die Leute, die genervt sind, besonders laut sind. Deren Meinungen werden dann von Medien aufgegriffen. Aber eine große Mehrheit, die Klimaschutz zustimmt und denen das wichtig ist, die hört man gar nicht. Wie siehst du dieses Phänomen? So einer lauten Minderheit?

Dirk Arne Heyen:

Das Phänomen gibt es auf jeden Fall, um ein Beispiel zu nennen: Was ein allgemeines Tempolimit auf Autobahnen betrifft, haben wir in allen Umfragen der letzten Jahre 60 Prozent Zustimmung für das Tempolimit. Aber in der Debatte könnte man meinen, dass die Zustimmung eher nicht gegeben ist. Wenn man die Leute fragt, wie hoch sie die Zustimmung schätzen, dann unterschätzen sie die Zustimmung. Es gibt konkret dazu eine Befragung von vor zwei Jahren im sozialen

Nachhaltigkeitsbarometer, wo die Leute gefragt wurden: „Wie hoch schätzen Sie die Zustimmung zum Tempolimit?“. Und sie haben im Durchschnitt 40 Prozent gesagt. Derselbe Befragtenkreis hat eigentlich 60 Prozent Zustimmung für ein Tempolimit gehabt. Sie haben es deutlich unterschätzt, und das ist insofern relevant, als dass die Wahrnehmung der Leute, für zustimmungsfähig eine Maßnahme in der Nachbarschaft, in der Gesellschaft halten, dass sich das auf die eigene Zustimmung auswirkt.

Stichwort soziale Normen: Wenn die Leute davon ausgehen, etwas ist unpopulär, dann neigen sie dazu, auch eher eine Maßnahme abzulehnen. Wenn sie quasi keine eigene starke Meinung dazu haben und wenn sie die Information haben, es stößt etwas auf mehrheitliche Zustimmung, neigen sie dazu, auch eher zuzustimmen. Ich will jetzt nicht zu manipulierten Zahlen aufrufen, aber wenn wie beim Beispiel Tempolimit klar ist, dass es bei allen Befragungen eine mehrheitliche Zustimmung dafür gibt, dann muss man das auf jeden Fall als klimapolitischer Akteur auch aktiv kommunizieren.

Vorgehen politischer Akteure

Hannah Oldenburg:

Warum setzen wir es dann nicht um? Das ist eine andere Frage, können wir an der Stelle nicht beantworten. Aber vielleicht kommen wir zuletzt auf einen weiteren Punkt, der noch wichtig ist als dritter Faktor dieser Akzeptanzfaktoren, die du angesprochen hast. Und zwar ging es da um das Vorgehen politischer Akteure. Erklär noch mal kurz, was du damit meinst.

Dirk Arne Heyen:

Teilweise hatten wir es schon diskutiert. Ich würde zu diesem Punkt mit der Allianzbildung, also Akteure außerhalb der Klimaschutz-Bubble als Bündnispartner zu gewinnen, würde ich dazurechnen. Was auch dazu gehört, ist die Bürger*innen zu beteiligen und wichtige Akteure wie beim Heizungsgesetz die Handwerker*innen, auch wenn man sie nicht als Bündnispartner gewinnen kann, zumindest zu beteiligen, ihre Einstellung und Expertise anzuhören und zu berücksichtigen.

Was wir noch darunter verstehen, ist, dass man Politik als neue Politikmaßnahmen, einführen möchte, dass man die teilweise, zeitlich begrenzt, vielleicht auch räumlich begrenzt testet, bevor man sie dauerhaft einführt. Studien zeigen, dass die Zustimmung zu klimapolitischen Maßnahmen zu Push-Instrumenten, zum Beispiel ordnungsrechtlichen Maßnahmen, die nach der Einführung deutlich höher ist als vor der Einführung.

Mandy Schoßig:

Das ist dieses Beispiel von Gent, wo der Bürgermeister die Innenstadt autofrei gemacht hat. Vorher hat er Hassmails ohne Ende bekommen, dann haben die das relativ zügig durchgesetzt und danach war die Zustimmung ganz groß. Alle waren begeistert. Ist es das, was du meinst?

Dirk Arne Heyen:

Genau. Also ich bin mir nicht sicher, ob im Fall von Gent, als es da losging mit den ersten Fußgängerzonen, ob da von vornherein gesagt wurde: Okay, wir machen es jetzt erstmal nur für sechs Monate. Aber es passt insofern auch, dass diese autofreie Innenstadt-Zone, die es in Gent gibt, stückweise nach und nach erweitert wurde und es am Anfang viel Protest gab und jetzt sehr viel Zustimmung.

Was ein anderes Beispiel ist, wo es als zeitlich begrenzte Testphase konzipiert war: In Stockholm als vor ein paar Jahren, die Citymaut eingeführt wurde, gab es eine auf einige Monate begrenzte

Testphase. Und im Laufe dieser Testphase ist die Zustimmung in der städtischen Bevölkerung um 18 Prozent war es glaube ich gestiegen, sodass dann in dem Referendum, was es nach der Testphase gab, sich überraschenderweise eine Mehrheit für die Citymaut ausgesprochen hat.

Hannah Oldenburg:

Ihr macht auch ein neues Projekt, das gerade gestartet ist und sich „Bausteine motivierender und sozial gerechter Umweltpolitik“ nennt. Wir dachten, das könnte hier gut passen. Was untersucht ihr da genau? Erzähl doch mal kurz.

Dirk Arne Heyen:

Wir haben uns beim Öko-Institut schon viel mit sozialer Ausgestaltung von Politikinstrumenten befasst, auch damit, wie sich bestehende oder mögliche Maßnahmen auf verschiedene Einkommensgruppen beschäftigen. Was wir hier in dem Projekt noch mal ein bisschen neu machen wollen, ist die Perspektive der Bürger*innen selbst stärker einfließen zu lassen. Die Bürger*innen zu fragen was motiviert sie zu klimafreundlichem Handeln? Welche politischen Ausgestaltungsoptionen, Fördermaßnahmen, Anforderungen halten sie aus welchen Gründen für gerecht oder für ungerecht? Deswegen wollen wir da Fokusgruppen mit verschiedenen Bevölkerungsgruppen durchführen.

Mandy Schoßig:

Das Besondere an dem Projekt ist, dass es ein Spendenprojekt des Öko-Instituts ist. Das heißt, wir machen das ohne externen Auftraggeber, sondern rufen zu Spenden auf, die dieses Projekt direkt für die Arbeit benutzen kann. Kann man das noch unterstützen?

Dirk Arne Heyen:

Ja, kann man noch unterstützen. Wir haben den Spendenaufruf Ende Oktober gestartet. [Das läuft noch, auf unserer Homepage findet man die Informationen und auch die Möglichkeit zu spenden.](#)

Ausblick und Schluss

Hannah Oldenburg:

Sehr gut, verlinken wir in den Shownotes. Klingt nach einem sehr sinnvollen Projekt. Hier konkret mit den Leuten zu sprechen und die Bedürfnisse einzuholen. Dann sind wir am Ende unserer Folge angelangt. Und Dirk, an dich stellen wir unsere altbekannte Kanzlerfrage, jetzt sinnvoller denn je. Also Dirk, was würdest du als Bundeskanzler tun, damit die Menschen wieder richtig Lust auf Klimaschutz haben?

Dirk Arne Heyen:

Mit Bezug zu dem, was wir diskutiert hatten: Ich glaube, zentral ist wirklich, dass wir die finanziellen Fördermaßnahmen stärker als bisher sozial staffeln, dass wirklich alle Bevölkerungsgruppen davon profitieren können und ihre Handlungsmöglichkeiten erweitern können. Und um noch eine konkrete Maßnahme zu nennen: Wir hatten das Stichwort Tempolimit, das allgemeine Tempolimit, auf Autobahnen würde ich auch einführen, weil es so offensichtlich ist, dass es sowohl klimapolitisch sinnvoll ist als auch die Verkehrssicherheit verbessert. Es ist kurzfristig einführbar und wirkungsvoll. Es kostet fast nichts, freut jeden Finanzminister. Es hat in allen Umfragen der letzten Jahre eine mehrheitliche Zustimmung. Und wenn das unter den Koalitionspartnern immer noch Bedenken gibt, dann machen wir eine sechsmonatige Testphase und schauen uns die Wirkung an.

Mandy Schoßig:

Okay, dann ist das der direkte Aufruf an den oder die nächste Bundeskanzler*in. Vielen Dank Dirk. Das war sehr inspirierend und auch motivierend, wie ich fand. Danke dir.

Hannah Oldenburg:

Ja, danke, Dirk. Schön, dass du da warst.

Dirk Arne Heyen:

War schön, hier zu sein.

Hannah Oldenburg:

Und damit verabschieden wir uns für dieses Jahr von euch. Schon im Dezember melden wir uns noch mal über Social Media mit ein paar schönen Outtakes und Best Offs unserer Staffel. Schaut gerne mal rein und dann hören wir uns wieder im nächsten Jahr mit einer neuen Staffel. Denn keine Sorge, wir haben noch viele Themen für euch bereit, die wir angehen müssen für die nachhaltige Transformation.

Mandy Schoßig:

Genau, 2025. Hannah. Verrückt. Wenn ihr Wünsche oder Anregungen habt, welche Themen wir mal aufnehmen und hier besprechen sollen, schreibt uns gerne an podcast@oeko.de und lasst uns gerne eine kleine Bewertung da in eurer Lieblingspodcastapp. Dann bis zum nächsten Jahr.

Hannah Oldenburg:

Bis zum nächsten Jahr. Tschüss!